photokina DAILY four

24 September 2010

photokina STAR: Die Top-Produkte
photokina STAR: The top products

Seite 8 | *Page 8*

www.photokina-daily.de

Alle aktuellen Informationen rund um die photokina DAILY.

All current information related to the photokina DAILY.

Starke Stimmung
Great atmosphere
Seite 12 | *Page 12*

Die aktuellen Termine
Events of the day
Seite 21 | *Page 21*

Multitalente
All-rounders
Seite 22 | *Page 22*

Analyse: Output Europe
Analysis: Output Europe
Seite 25 | *Page 25*

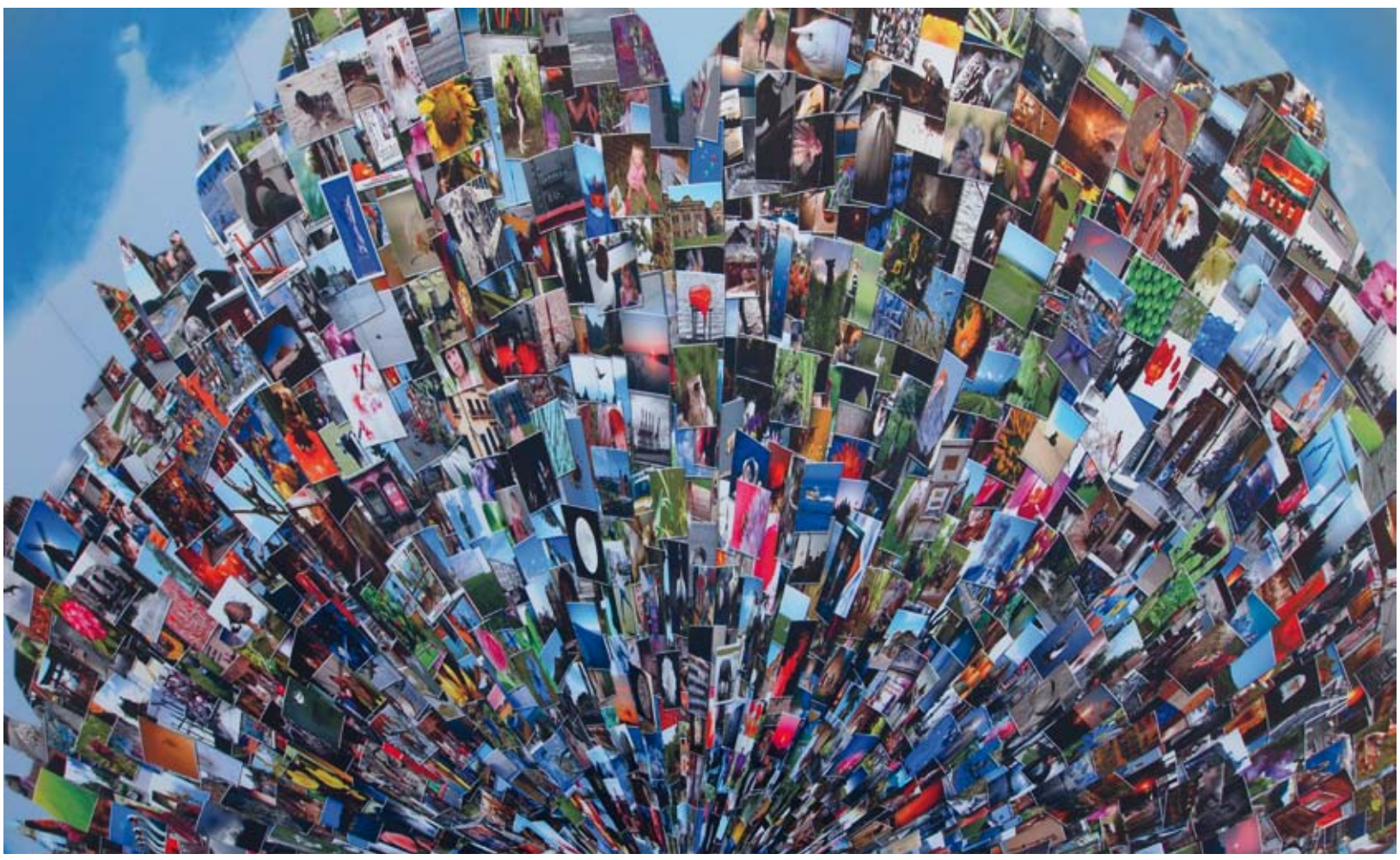
TOPTHEMA | *MAINTOPIC*

by Heiner Henninges

Die Highlights der photokina
photokina highlights

Weltrekord geschafft: Groß, gigantisch, faszinierend, beeindruckend, imposant, kolossal, riesig – so präsentiert sich den Messebesuchern der photokina 2010 „Der größte Photoglobus der Welt“ in der Passage 4/5 mit einem Durchmesser von staunenswerten sechs Metern.

A new world record: Big, gigantic, fascinating, impressive, imposing, colossal, enormous: that is how photokina 2010 visitors perceive “The World’s Largest Photo-Globe” display with its astounding diameter of six meters (nearly 20 feet) located in the passage between Halls 4 and 5 of this trade show.



Ausschnitt: Größter Photoglobus der Welt | *Detail: The World's Lagest Photo-Globe*

Welche visuelle Dimension hier die photokina-Messebesucher erwartet, lässt sich mit Worten nicht beschreiben. Man muss den „Größten Photoglobus der Welt“ gesehen haben – es lohnt sich! Damit aber nicht genug. Auf der Aktionsfläche unterhalb des „Größten Photoglobus der Welt“ haben die photokina-Besucher die Möglichkeiten, Kameras auszuleihen, an Fotoshootings teilzunehmen, digitale Bilddaten über Fotodrucker und Fotokioske zu Papier zu bringen und die vorhandenen leeren Fotowände durch ihre Aufnahmen mit Leben zu erfüllen. Zudem können die Besucher der Aktionsfläche Bilder auf dem Photoglobus-Portal www.photoglobus.prophoto-onlne.de hochladen – und eine Verlosung gibt es auch noch. User aus über 80 Ländern haben zum Gelingen dieses einzigartigen Weltrekords „Der größte Photoglobus der Welt“ beigetragen, indem sie auf dem Portal www.photoglobus.prophoto-online.de seit Ende Mai 2010 Bilder online gestellt haben. Das Portal bietet eine einzigartige Bilderreise, die die Veranstalter dazu bewegt hat, weiterzumachen. Das Portal bleibt bestehen und die Veranstalter wünschen sich weiterhin neu eingestellte Aufnahmen, die die Schaffenskraft der Fotografen weltweit widerspiegeln. Wie heißt es doch so schön: Während und nach der photokina 2010 ist vor der photokina 2012, und mal sehen, welchen Weltrekord man dann ins Auge fasst.

>>> Seite 3

The scale of the visual dimension that photokina visitors will encounter cannot be described in words. One simply has to see “The World’s Largest Photo-Globe” – it is certainly worthwhile! But that alone is not enough. On the action area below “The World’s Largest Photo-Globe”, photokina visitors have the opportunity to borrow cameras, to participate in photoshoots, to print out digital image data on paper via printers or photo kiosks and then to use their pictures to add life to free space on available photo walls. Visitors to the action area can also upload their pictures on the Photo Globe portal www.photoglobus.prophoto-online.de – and there is even a raffle! Users from more than 80 countries have led to the achievement of this unique world record of “The World’s Largest Photo-Globe” by posting pictures on the portal www.photoglobus.prophoto-online.de since the end of May 2010. That portal offers a unique picture voyage, which motivated the organizer to keep it up. The portal will remain active and the organizers continue to welcome new picture postings that reflect the work of energetic photographers from around the world. And it sounds so exciting: During and after photokina is the period before photokina 2012 and we can speculate which record will emerge at that time. *>>> **Page 3***

Oliver P. Kurth
Geschäftsführer Koelnmesse GmbH

Zwischenstand: Sensationelle photokina 2010

Mit einem sensationellen Start hat die photokina ihre Position als Top-Veranstaltung der Imaging-Branche eindrucksvoll bewiesen. Schon in den ersten Tagen strömten etwa 50.000 Besucher in die Messehallen. Das sind rund sieben Prozent mehr Besucher als zum gleichen Zeitpunkt 2008. Heute und in den nächsten Tagen werden es noch viele tausend mehr werden. Fachbesucher und Endverbraucher loben das attraktive Eventprogramm zur photokina. Aber sehen Sie am besten selbst: Willkommen und viel Spaß auf der photokina, der größten Foto- und Imagingmesse der Welt. ■

Intermediate result: a sensational photokina 2010

With a sensational start, the photokina has already impressively verified its position as the top event of the imaging branch. Already in the first days, about 50,000 visitors have already surged through the fair halls. That’s around 7 per cent more visitors than at the same time in 2008. It will be many thousands more today and in the following days. Fair visitors and consumers are praising the attractive event programme of the photokina. But check it out yourself: welcome and enjoy the photokina, the largest photo and imaging trade fair in the world. ■

Produkt des Tages
Product of the day

Hasselblad H4D Ferrari

Rot und stark: Hasselblad zeigt eine neue Sonderedition.

Red and strong: Hasselblad shows a new special edition.

SONY

make.believe

α

See what you've been missing

Lightning fast speed and accuracy during both viewfinder and LCD shooting

Translucent Mirror Technology

Compatible with the full range of 'α' mount lenses

Full HD 1080

3D world Created by Sony

10 Frames Per Sec

α55 α33

'Sony', 'make.believe', 'α' and their logos are trademarks or registered trademarks of Sony Corporation.

FORTSETZUNG TOPTHEMA | *CONTINUED MAINTOPIC*

Die Highlights der photokina | *photokina highlights*

Sigma SD1

SIGMA

Pixel satt

Die neue Sigma SD1 Digital-Spiegelreflexkamera kommt mit einem 46-Megapixel (4800 × 3200 × 3 Schichten) 24 × 16 mm großen APS-C X3 Direktbildsensor. Das neue Flaggschiff der digitalen Sigma SLR-Modelle verfügt über ein leichtes und dennoch solides, witterungsbeständiges Kameragehäuse aus einer Magnesiumlegierung mit O-Ring-Abdichtungen für den Einsatz unter rauen Bedingungen. Die Kombination des APS-C X3 Direktbildsensor und des Dual „TRUE II“ Bildverarbeitungsprozessor ermöglicht Aufnahmen in hoher Auflösung mit hohem Detailreichtum und feiner Farbabstufung. Trotz der hohen Auflösung ist die Sigma SD1 sehr schnell. Sie wurden den hohen Anforderungen professioneller und enthusiastischer Fotografen für alle Arten der Fotografie entsprechend ausgestattet.

HASSELBLAD

200 Megapixel mit Multi-Shot

Hasselblad kündigte die Entwicklung weiterer Möglichkeiten zur Steigerung der Auflösung von Still-Images an. Durch die Multi-Shot Technologie wurde in Kombination mit dem neuen 50 Megapixelsensor der H4D 50 in Testergebnissen ein neuer Pixelrekord erreicht. Durch die Aufnahme von vier Bildern hintereinander und der leichten Versvchiebung des Sensors um ein halbes Pixel wird die ursprüngliche Auflösung von 50 Megapixel vervierfacht. Die spezielle 200-Megapixel-Einheit basiert auf einem 50-Megapixel-Sensor, der auf einem von Hasselblad patentierten symmetrischen Multi-Shot-Frame montiert ist. Dieser kann den Sensor durch den Einsatz von piezoelektrischen Antriebselementen mit einer Genauigkeit im Submikron-Bereich präzise positionieren. Dabei werden in der anschließenden Bildverarbeitung die Farbinformationen so verarbeitet, dass sie die Informationen einer Einzelaufnahme mit einem potenziellen 200-Megapixel-Einzelaufnahmen-Sensor ersetzen. Für alle derzeit verfügbaren H4D-50MS-Kameras wird dieser neue Aufnahmemodus über ein Kalibrations- und Firmware-Upgrade vom Werk angeboten.

PANASONIC

3D-Fotografie für Alle

Panasonic gibt der Fotografie eine weitere Dimension. Mit dem neuen 3D-Objektiv bringt das Unternehmen das erste Wechselobjektiv, das über zwei optische Systeme zur Erzeugung von Stereobildern verfügt. Die Fotos mit einer verblüffenden Raumwirkung lassen sich anschließend auf jedem 3D-fähigen Fernseher betrachten.

FUJIFILM

Extraklasse für Anspruchsvolle

Noch in der Entwicklung ist die Premium-Kompaktkamera Finepix X100 von Fujifilm. Die Kamera im Retrolook signalisiert schon im Design den hohen Qualitätsanspruch. Als Besonderheit ist sie mit einem Hybrid-Optischen-Suchersystem ausgestattet, verfügt über einen CMOS Sensor im APS-C-Format und ist mit einem festbrennweitigen Fujinon Objektiv betückt, das den Bildwinkel eines 23 mm Kleinbild-Weitwinkelobjektivs abbildet. Die neue Kamera liefert in einem kompakten Gehäuse eine brillante Bildqualität auf Spiegelreflex-Niveau und ist damit die ideale Ergänzung oder Alternative für anspruchsvolle Fotografen.

Hasselblad und Ferrari, zwei Marken, die für Höchstleistung auf ihren jeweiligen Gebieten zählen, haben gemeinsam eine limitierte Sonderedition der Hasselblad H4D angekündigt. Von der H4D Ferrari wird es nur 499 Exemplare geben.
Finished in a new Ferrari colour called rosso fuoco, or fire red, the Hasselblad H4D Ferrari Edition has been created in celebration of two of the most iconic European brands, both of which started their career in the 1950s.

RICOH

Die Revolution geht weiter

Das revolutionäre GXR Wechselmodul-Kamerasystem, bei dem der Objektiv-

Ricoh GR-Objektiv 2,5/28 mm + Body

SIGMA

Pixel saturation

The new Sigma SD1 digital single-lens-reflex camera is equipped with a 46 megapixel (4800 x 3200 x 3 layers) 24 x 16 mm APS-C X3 direct image sensor. The new flagship of the Sigma line of DSLR cameras features a lightweight but sturdy weatherproof magnesium alloy body with O-ring seals for use in difficult conditions. The combination of APS-C X3 direct image sensor and the dual “TRUE II” image processor produces images with high resolution, rich in details and fine color nuances. The Sigma SD1 is very fast, in spite of its high resolution. It was designed and equipped in response to the high demands of professional and advanced amateur photographers, for use in all kinds of photography.

Panasonic Lumix G 12/ 12,5mm

HASSELBLAD

200 megapixels with Multi-Shot

Hasselblad announced the development of additional possibilities for increasing the resolution of still images. With Multi-Shot technology and in combination with the new 50 megapixel sensor of the H4D 50, test results showed a new pixel record. By making 4 exposures in sequence and by slightly shifting the sensor by half a pixel, the original resolution of 50 megapixels is quadrupled. The special 200 megapixel unit, which is based on a 50 megapixel sensor, is mounted on a symmetrical Multi-Shot Frame that is patented by Hasselblad. By means of piezo-electric drives, it can position the sensor with accuracy in the range of sub-microns. During subsequent image processing, color information is processed in such a way that it would replace the information of a potential 200 megapixel single exposure sensor. This new exposure mode can be installed in all current Hasselblad H4D-50MS cameras via a calibration and firmware upgrade at the factory.

PANASONIC

3D photography for everyone

Panasonic is adding another dimension to photography. With its new 3D lens, Panasonic is introducing the first interchangeable lens for digital cameras that is equipped with two optical systems for the production of stereo images. The photographs with their astounding depth effect can then be viewed on every 3D-capable TV set.

Fujifilm Finepix X100

FUJIFILM

An extra class for demanding photographers

The new premium compact Finepix X100 camera by Fujifilm is still under development. The retro-look of its design already signals a high quality standard. A novel feature is its hybrid optical finder system. It is equipped with a 12.3 megapixel CMOS sensor in the APS-C format and a Fujinon lens with fixed focal length with a coverage that corresponds to that of a 23 mm wide-angle lens for a 35 mm camera. The new camera with a compact body delivers brilliant image quality with SLR quality, making it the ideal complementary or alternative camera for advanced photographers.

FORTSETZUNG TOPTHEMA | *CONTINUED MAINTOPIC*

Die Highlights der photokina | *photokina highlights*

wechsel durch Austauschen von Aufnahmemodulen geschieht, in die jeweils das Objektiv, der Bildsensor und ein Bildverarbeitungsprozessor integriert sind, wird weiter ausgebaut. Neben einem weiteren Aufnahmemodul mit GR-Objektiv 2,5/28 mm, das einen CMOS-Sensor in APS-C-Größe verwendet, zeigte das Unternehmen eine Reihe von Konzeptstudien, unter denen sich u. a. auch Speicher- Projektor- oder Druckemodule befinden. Noch keine Details teilte Ricoh über das geplante Lens-Mount-Modul mit, an das sich auch Fremdobjektive ansetzen lassen sollen.

PENTAX

Geschwindigkeit und Effizienz

Eine neue Kamera mit neuem 16,3 Megapixelsensor stellt Pentax mit der neuen K-5 vor. Die für semiprofessionelle Anwendungen ausgelegte Kamera ist voll auf Geschwindigkeit, Effizienz und Vielseitigkeit getrimmt. Dazu tragen innovative Detaillösungen wie der neue CMOS Sensor im APS-C Format , das neue noch präziser und noch schneller arbeitende Autofokus-System und der leistungsstarke Prozessor bei. Der Empfindlichkeitsbereich des Sensors liegt zwischen ISO 80 und ISO 51.200, die kürzeste Verschlusszeit beträgt 1/8000 Sekunde. Auch Langzeitbelichtungen bis 30 Sekunden sowie schnelle Bildfolgen mit 7 Bilden pro Sekunde sind möglich. Damit stößt die K-5 als erste der Pentax SLR-Kameras tief in die ambitionierte bis professionelle Sport- und Actionfotografie vor. Unbenommen davon bleibt die leichte und kompakte Kamera natürlich ein hervorragendes Handwerkzeug für die Reportage-, Natur- und Peoplefotografie. Sie K-5 basiert auf dem Chassis der erfolgreichen Pentax K-7 mit 77 Gehäuse-Dichtungen zum Schutz vor Spritzwasser, Feuchtigkeit, Schmutz, Staub, Eis, Schnee und Temperaturen bis minus 10 Grad Celsius.

Pentax K-5

SONY

Der Spiegel steht fest

Mit zwei neuen Kameras mit feststehendem Spiegel, aber vollem Anschluss an das Alpha-System stellt Sony aus. Die neuen SLT-A33 und SLT-A55V Kameras sind mit einem teildurchlässigen Spiegel ausgestattet, der den bei SLR-Kameras üblichen Klappspiegel ersetzt. Damit wird nicht nur ein kleinerer Formfaktor ermöglicht, sondern auch eine deutliche Beschleunigung bei Serienaufnahmen. Die mit einem 16,2 Megapixel ausgestattete SLT-A55V schafft bis zu 10 Bilder in der Sekunde, während die 14,2 Megapixel bietende SLT-A33 bis zu 7 Fotos in der Sekunde mit kontinuierlicher Schärfennachführung aufnehmen kann. Beide Modelle können auch im AVCHD-Modus filmen. Die Wahl des Motivausschnitts kann wahlweise über den elektronischen Sucher oder auf dem Display erfolgen.

Gleichzeitig zeigt Sony die Konzeptstudie der A-Mount-Kamera. Der Prototyp einer neuen, hochentwickelte Systemkamera mit teildurchlässigem Spiegel (Translucent Mirror) und A-Bajonett erweitert die umfangreichen kreativen Möglichkeiten der SLT-Kameras A55V und A33. Anders als bei konventionellen DSLR-Kameras ermöglicht das angekündigte Modell außerordentlich schnelle Reaktionszeiten mit kontinuierlichem Autofokus bei der Serienbildaufnahme von Fotos und bei HD-Videos. Neben dem Prototyp hat Sony auch neues Zubehör für die Modelle der αSerie mit A-Bajonett vorgestellt. In der Entwicklung befinden sich derzeit ein Blitz und ein Funktionshandgriff sowie neue Standardzoom- und Teleobjektive. ■

Sony Konzeptstudie: A-Mount-Kamera | *Sony concept study: A-Mount-Camera*

Ricoh Konzeptstudien | *Ricoh concept studies*

RICOH

The revolution continues

The revolutionary GXR Interchangeable Module Camera System, with which the lens change takes place by means of the exchange of exposure modules, in which the lens, the image sensor and the image processor are integrated, is being expanded further. In addition to another exposure module with a 28 mm f/2.5 GR lens that uses a CMOS sensor in the APS-C format, the company showed a number of concept studies, which included, among others, storage-, projector- and printer modules. Ricoh did not reveal details of the Lens Mount Module, which would allow the use of non-Ricoh lenses.

PENTAX

Speed and Efficiency

With its K-5 camera, Pentax is presenting a new camera with a 16.3 megapixel sensor. Designed for semi-professional use, it emphasizes speed, efficiency and versatility. That is achieved by means of innovative solutions like the new CMOS sensor in the APS-C format, a new and even faster and more accurate autofocus system and the high-performance image processor. The speed settings of the sensor range from ISO 80 to ISO 51200, the fastest shutter speed is 1/8000 second. Long exposure times of up to 30 seconds are possible as are rapid exposure sequences of 7 images per second. That makes it the first Pentax camera for advanced-, professional sport- and action photography. In addition, of course, the camera is an outstanding tool for reportage- nature- and people photography. The new K-5 uses the chassis of the successful K-7 with 77 body seals for protection against spray water, humidity, dirt, dust, ice, snow and temperatures as low as minus 10º Celsius (+14º F).

SONY

The mirror is fixed

Sony is showing two new cameras with a rigid mirror, but with complete compatibility with the Sony Alpha System. The new SLT-A33 and SLT-A55V cameras are equipped with a semi-transparent mirror instead of the customary mirrors used in conventional SLR cameras. That not only allows a small reduction in size, but also a significant speed-up in exposure sequences. The 16.2 megapixel SLT-A55V camera can make up to 10 exposures per second, and the 14.2 megapixel SLT-A33 can make up to 7 exposures per second with continuous follow-focus. Both models can also make videos in the AVCHD mode. Subject coverage can be controlled, either with the electronic viewfinder, or by means of the display.

Sony also showed a concept study of the A-Mount Camera – a prototype of a new, highly sophisticated system camera with a semi-transparent mirror (translucent mirror) and an A bayonet that expands the extensive creative possibilities of the SLT-A55V and A33 cameras. Unlike conventional DSLR cameras, the newly announced camera features extraordinarily fast reaction times with continuous follow-focus in exposure sequences and in HD videos. In addition to this prototype, Sony also announced new accessories for the models in its α series with the A bayonet. A new flash unit and a handgrip plus new standard zoom- and telephoto lenses are under development. ■

FUJIFILM

FINEPIX

DENN JEDER IST KREATIV

15x ZOOM, EINMALIG SCHNELL: FINEPIX F300EXR

Sie haben ein Auge für die großartigen Momente, die F300EXR hat das perfekte Timing. Dank des weltweit einzigartigen Hybrid-Autofokus ist die Kamera extrem schnell, und ein leistungsstarker 15-fach optischer Zoom bietet viel Gestaltungsspielraum. Dennoch ist die F300EXR unglaublich kompakt und im entscheidenden Augenblick immer zur Hand. Mit EXR Technologie und HD-Video-Qualität machen Ihre Aufnahmen dabei einen echten Sprung!

www.finepix.de/F300EXR

I AM JAMIE

I AM THE NIKON D3100. Perfekte Fotos auf Knopfdruck • GUIDE-Modus für speziellere Einstellungen • AF-System mit 11 Messfeldern für scharfe Fotos • Full-HD-Filmaufnahmen über 7,5 cm Monitor (3 Zoll) • Live-View mit schnellem Autofokus • Hohe Bildqualität auch bei schwächerem Licht. **www.nikon.de**

OLIVER JR.

At the heart of the ímage

Nikon

AUSZEICHNUNG | *AWARD*

photokina STAR 2010 vergeben
photokina STAR 2010 Prizes awarded

Der von den Fachmagazinen PHOTO PRESSE und digit! traditionell auf der photokina ausgeschriebene photokina STAR 2010 wurde am 23. September an zwölf Gewinnerfirmen vergeben. Der photokina STAR würdigt Produkte und Konzepte, die sich durch ihre Innovationsleistung und wegweisende Technologien auszeichnen. Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer Koelnmesse GmbH, betonte während der feierlichen Preisverleihung auf der World of Imaging: „Wir freuen uns, dass die photokina nach wie vor die zentrale Plattform für Innovationen der Fotoindustrie ist und wir begrüßen die Initiative, diese Neuheiten besonders auszuzeichnen." In diesem Jahr fiel es den beiden Redaktionen besonders schwer, die zwölf Highlights zu benennen, da es viele Anwärter für den begehrten Preis gab.

The photokina STAR 2010 Awards sponsored by PHOTO PRESSE and digit! magazines and traditionally awarded at photokina, were presented to twelve winning companies on the 23rd of September 2010. The photokina STAR award honors products and concepts that stand out for their innovative nature and their trendsetting technologies. During the festive awards ceremony at the World of Imaging, Oliver P. Kuhrt, Business Manager of Koelnmesse GmbH, stated: "We are pleased that now as before, photokina is the central platform for innovations in the photographic industry and we welcome the initiative of awarding special recognition to these innovations. This year it was particularly difficult for the two editorial offices to select the twelve highlights, because there many qualified candidates for the coveted prize.

DIE DIESJÄHRIGEN GEWINNER SIND:
THIS YEAR'S WINNERS ARE THE FOLLOWING:

CEWE PHONEBOOK als iPhone App
Mobile Fotografie und fotografische Qualität kommen auf clevere Art und Weise zusammen

CEWE PHONEBOOK as an iPhone App
Mobile photography and photographic quality come together in a clever manner.

Fujifilm Finepix X100
Die Premium-Kompaktkamera verbindet erstklassiges Design und Verarbeitung mit ausgesuchten technologischen Komponenten

Fujifilm Finepix X100 camera
This premium-class compact camera combines first class design and finishing with selected technological components.

Samsung NX100
Die clevere i-Function Technologie der zwischen Kompaktkamera und digitaler Spiegelreflex angesiedelten Kamera erlaubt es, die wichtigsten Aufnahmeparameter am Objektiv einzustellen

Samsung NX 100 camera
The ingenious i-function technology used by this camera, which is positioned between a compact camera and a DSLR camera, makes it possible to set most of the exposure parameters right at the lens.

Sony SLT-A55V
Der teiltransparenten Spiegel gestattet eine besonders kompakte Bauweise und schnelle Bildserien (10 bzw. 7 Bilder/s)

Sony SLT-A55V camera
Its partially transparent mirror makes an especially compact form possible, along with very fast exposure sequences (10 or 7 images per second).

Panasonic LUMIX DMC-GH2
Zu den beachtenswerten Innovationen dieser Kamera zählen u. a. die intuitiv zu bedienende Touchscreen-Steuerung, mit der sich auch der schnelle Kontrast-Autofokus der Kamera komfortabel steuern lässt

Panasonic LUMIX DMC-GH2 camera
Among the significant innovations featured by this camera is, among others, its intuitive touch-screen operation, with which the camera's fast contrast autofocus can be controlled comfortably.

Canon EF 8-15 mm 1:4L Fisheye USM
Das erste Fish-eye-Objektiv für Vollformat-DSLRs eröffnet Amateuren und Profis neue Optionen der Gestaltung und des kreativen Ausdrucks

Canon EF 8 -15 f/4 L Fisheye USM Lens
The first fisheye lens for full-format DSLR cameras gives amateur- and professional photographers new options for composition and creative expression.

basICColor Discus
Der Colormanagement Experte basICColor stellt mit Discus ein High-end Monitormessgerät für professionelle Ansprüche vor

photokina STAR
Highlight der photokina 2010
PP PHOTOpresse digit!

basICColor Discus

The basICColor color management expert introduced Discus, a high-end monitoring and measurement device for professional applications.

Epson Stylus Pro 4900 Printer

Epson offers photo studios and photo service providers a compact and versatile printer in the successful Stylus Pro 4000 Series for prints up to the A2 format (59.4 x 43 cm or approx. 23 3/8 x 17 inches).

Pentax K-5

Das neue Topmodell der Pentax DSLR-Reihe bringt alle Eigenschaften einer hochwertigen Digitalspiegelreflex mit. Mit beeindruckenden 7 Bildern/s erfüllt die K-5 die Wünsche von Sport- und Actionfotografen

Pentax K-5 camera

The new top model in the Pentax line of DSLR cameras retains all the features of a high-grade DSLR camera. With an impressive 7 exposures per second, the K-5 satisfies the wishes of sport- and action photographers.

Olympus Point-and-shoot Prototype

Das Olympus „Point and Shoot“ Rezept verwendet die besten Zutaten aus der Olympus Welt und krönt sie mit einem Zuiko Digital Objektiv der Spitzenklasse.

Olympus Point-and-Shoot camera prototype

The Olympus “Point-and-Shoot” formula uses the best ingredients from the Olympus world and tops it off with a Zuiko digital lens of the highest grade.

Nikon AF-S Nikkor 35 mm 1:1,4G

Nikon hat die klassische 35-mm-Weitwinkelklasse mit besten optischen Zutaten und der höchsten Lichtstärke in dieser Klasse aufgewertet

Nikon AF-S Nikkor 35 mm f/1.4 G lens

Nikon has upgraded the classic 35 mm wide-angle class with the best optical ingredients and the highest speed in this class.

Schneider-Kreuznach Tilt-Shift

Fotografen profitieren von einer herausragenden Linie hochwertiger Tilt & Shift Objektive für digitale Kleinbild- und Mittelformatkameras

Schneider Kreuznach Tilt-Shift lens

Photographers benefit from an outstanding line of high-grade tilt-and-shift lenses for small- and medium-format digital cameras.

Epson Stylus Pro 4900

Epson beschert Fotostudios und Fotodienstleistern ein kompaktes, vielseitiges Gerät der erfolgreichen Stylus pro 4000er Serie für Ausdrucke bis zum A2-Format

CHOOSE YOUR SHIRT & YOUR DESIGN

AND GET

your photokina shirt

[eyecatch]

[streetview]

photokina world of imaging

[real world]

[spacecam]

[past & future]

[smile]

[kinatec]

Merchandising by CAMPUS SPORTSWEAR

your photokina shirt

Eingang West
Boulevard
Piazza
CC Ost
Eingang Süd
Eingang Ost Congress-Centrum Ost
Eingang Nord Congress-Centrum Nord

Shops for **your photokina shirt** are located between hall 5 and 10 in the boulevard as well as between hall 3 and 11.

A visit is worth it!

SIHL

Kreativ-Medien eröffnen neue Potenziale

Creative Media opens up new potential

Sihl steht mit seinen 300 Beschäftigten und modernsten Beschichtungsmaschinen am Produktionsstandort Düren (zwischen Köln und Aachen) für einen traditionsreichen deutschen Produzenten von beschichteten und veredelten Papieren und Folien.

With 300 employees and modern coating machines at its production site in Düren (between Cologne and Aachen), Sihl represents a well-established German producer of coated and refined paper and foil.

Dieter Meyer, Business Development Manager, möchte mit den neuen Sihl Kreativ-Medien weitere Wege für den Foto- und Office-Handel für höhere Margen erschließen und hat dabei den Fotofachhandel im Fokus.
Dieter Meyer, Business Development Manager, wants to unlock more paths towards higher margins for photo and office retail stores with the new Sihl Creative Media.

Unter der Bezeichnung „Home + Office Media“ baute das Unternehmen seinen kleinformatigen Geschäftsbereich stark aus. Er umfasst nun ein Komplett-Sortiment an Inkjet-, Kopier- und Laser-Medien, die für den hochwertigen Druck von Fotos, Grafiken und Texten geeignet sind. Eine eigens entwickelte Technologie für die mikroporöse Beschichtung von Inkjet-Medien gewährt dem Unternehmen einen wichtigen Vorteil gegenüber seinen Mitbewerbern. Diese Technologie sorgt dafür, dass die Tinten nicht sehr tief in das Druckmedium eindringt und dadurch eine hohe Farbdichte die Bilder brillanter erscheinen lässt.

Diese mikroporöse Beschichtung kommt auch bei der neu entwickelten Laptop Design-Folie 125 glossy 4378 zum Einsatz. Diese opakweiße und selbstklebende Folie im Letter-Format (216 x 279 mm) lässt sich auf jedem Tintenstrahldrucker mit individuellen Fotos oder hochwertigen Grafiken bedrucken. Anschließend kann die Folie auf einem Laptop-Deckel oder einer anderen glatten Oberfläche aufgeklebt werden. Die Folie lässt sich bei Bedarf natürlich wieder rückstandlos entfernen.

Die Gestaltung von individuellen Fotobüchern erlaubt das neue Sihl Photo Book Set. Durch das DIN-A4 Hardcover und die doppelseitig bedruckbaren Sihl Premium Photo Papiere wirkt das Fotobuch auch ausgesprochen professionell.

Die neuen Sihl Kreativ-Medien eröffnen so auch dem Foto- und Office-Handel weitere Potenziale. ■

Under the label “Home & Office Media”, the company is strongly expanding its small format business range of products. It now contains a complete line of inkjet, copier and laser papers and media that are suitable for high-quality printing of photos, graphics and texts. A specially designed technology for the microporous coating on inkjet media gives Sihl an important advantage over its competitors. The technology ensures that the ink doesn’t penetrate too deeply into the printing material, thus allowing the colour density of images to appear more brilliant.

This microporous coating is also used in the newly developed Laptop Skin 125 satin 4378. This opaque white and self-sticking vinyl in letter format (216 x 279 mm) can be printed with individual photos or premium graphics from every inkjet printer. The foil can then be affixed to a laptop cover or other flat surface. It can also be completely removed if necessary.

The new Sihl Photo Book Set allows the creation of individual photo books. Because of the DIN-A4 hardcover and the double-sided printable Sihl Premium Photo to Paper, the photo books appear notably professional. As follows, the new Sihl Creative Media opens up more possibilities for photo and office retail business. ■

Besuchen Sie Sihl auf der photokina: | ***Visit the Sihl booth at photokina:***
Halle 6.1 | Stand B031
www.sihl.com

Professional Photo Inkjet – Kreativität trifft Qualität.

Professional Photo Inkjet Studio
4800 · Professional Photo Papier · PE 330 hochglänzend
4802 · Professional Photo Papier · PE 300 seidenglänzend
4803 · Professional Photo Papier · PE 330 DS seidenglänzend

Professional Photo Inkjet Gallery
4804 · Professional Photo Baryt · 290 satin

Professional Photo Inkjet Museum
4805 · Professional Photo Canvas · 320 matt

Sihl Direct GmbH
Kreuzauer Straße 33
D-52355 Düren

Tel. +49 2421 597 578
Fax +49 2421 597 586
www.sihl-direct.de

Sihl
diatecgroup

Alle 3 Professional Photo Inkjet Studio Papiere jetzt auch in A2 erhältlich!

HASSELBLAD

Hochwertige optische Leckerbissen
High quality optical delicacy

Selbst die beste Kamera ist nur so gut wie ihr Objektiv. HC/HCD-Objektive von Hasselblad bieten eine sehr große Auswahl an Brennweiten vom Weitwinkel bis zum leistungsstarken Teleobjektiv und eine komplette Zubehörliste, die von Adapterringen über Telekonverter bis zu dem genialen HTS 1.5 Tilt-und-Shift-Konverter reicht. Letzterer wandelt fünf der HC/HCD-Objektive in echte Tilt-und-Shift-Objektive um, mit denen perspektivische Verzerrungen wie konvergierende Linien durch ein „Shiften“ des Objektivs vermieden (oder sogar bewusst erzeugt) werden können. Außerdem kann die Fokussierungsebene durch das „Tilten“ im Bild frei positioniert werden. So kann die Fokussierungsebene beispielsweise vom linken Vordergrund zum rechten Hintergrund verlaufen, was den kreativen Spielraum des Fotografen enorm vergrößert. Der HTS 1.5 ist zurzeit mit seiner für fünf Objektive verfügbaren Lösung einmalig auf dem Markt – eine brillante, innovative Leistung. Der Konverter kann mit den Objektiven HCD 28 mm, HC 35 mm, HC 50 mm, HC 80 mm und HC 100 mm sowie Adapterringen eingesetzt werden und bietet die einzigartige Möglichkeit, Tilt und Shift nicht nur im Weitwinkelbereich, sondern auch für extreme Nahaufnahmen zu verwenden.

Mit neun festen Brennweiten von 28 bis 300 mm, zwei Zoomobjektiven und sehr viel Zubehör ist die HC/HCD-Objektivauswahl nicht nur umfassend, sie zeichnet sich auch durchgängig durch ihre hervorragende optische Qualität aus. Für HC/HCD-Objektive werden Metall und hochwertiges Glas verwendet, was sie zu einer sicheren Investition für die Zukunft macht. Hasselblad arbeitet ständig an der Verbesserung der Leistung und bietet mit dem HC 50 mm II und dem HC Macro 120 mm II bereits die ersten neuen Objektivmodelle mit deutlich höherer Auflösung und verbesserter Bildqualität an.

Um Blitzlichtaufnahmen mit schnellen Verschlussgeschwindigkeiten zu ermöglichen, sind alle Objektive mit einem Zentralverschluss ausgestattet. Zentralverschlüsse sind seit mehr als 50 Jahren ein Kennzeichen der Hasselblad Objektive und spielen immer noch eine Schlüsselrolle für die Flexibilität und kreative Anwendung des Hasselblad Systems. ■

Even the best camera is only as good as its lenses. Hasselblad's HC/HCD lenses offer a very wide choice of focal lengths from wide-angle to powerful telephoto and a full list of accessories ranging from adapter rings via teleconverters to the ingenious HTS 1.5 tilt-and-shift converter. The latter converts five of the HC/HCD lenses into thoroughbred tilt-and-shift lenses, with which distorted perspective, such as converging lines, can be avoided (or even intentionally created) by "shifting" the lens, and the plane of focus can be positioned freely in the image by "tilting". For example, the plane of focus can run from front left to back right, enormously increasing the photographer's creative latitude.

The HTS 1.5 is currently unique in the market with it's solution available for 5 existing lenses and is a brilliant innovative achievement. It works with the HCD 28mm, HC 35mm, HC 50mm, HC 80mm and HC 100mm and adapter rings and offers the unique possibility of using tilt-and-shift not only in the wide-angle range, but also for extreme close-ups.

The HC/HCD lens range is not only comprehensive, with nine fixed focal lengths from 28 to 300mm, two zoom lenses and many accessories, but it is also distinguished by excellent optical quality throughout. HC/HCD lenses use metal and top-quality glass, which makes them a safe investment in the future. Hasselblad is constantly working on improving performance and is already offering, with the HC 50mm-II and HC Macro 120mm-II, the first new models of existing lenses with significantly increased resolution and improved image quality.

To enable flash shooting at fast shutter speeds, all lenses are equipped with a central lens shutter. Central lens shutters have characterized Hasselblad lenses for over 50 years, and still play a key role in the flexibility and creative application of the Hasselblad system. ■

Adapter für HC/HCD-Objektive | *Adapter for HC/HCD-Lenses*

Höchste Auflösung
- Schneller Autofokus

Das neue Tamron SP 70-300mm F/4-5.6 Di VC USD ist, dank der neuen Tamron XLD Technologie, eines der schärfsten Teleobjektive seiner Klasse. Ausgestattet mit dem neuen Ultrasonic Silent Drive (USD) und einem hocheffizienten Bildstabilisator*, lässt das Super Performance (SP) Hochleistungsobjektiv keine Wünsche offen.

SP70-300mm F/4-5.6 Di VC USD
(Modell A005) neu

* Bitte beachten Sie, dass das Objektiv für Sony keinen Bildstabilisator besitzt, das dieser Bestandteil von Sony Kameras ist.
Mit blütenförmiger Sonnenblende. Kompatibel mit Nikon, Canon und Sony.

Di Die Bezeichnung Di steht für eine neue Generation von Objektiven, die speziell an die Anforderungen digitaler Spiegelreflexkameras angepasst wurden.

VC Vibration Compensation Technologie

USD Ultrasonic Silent Drive Mechanism

**Die Garantie bezieht sich ausschließlich auf Deutschland und wird nur bei einer Registrierung bei Tamron gewährt

Tamron - Hochwertige optische Produkte
für einen großen Anwendungsbereich

TAMRON Europe GmbH
Robert-Bosch-Str. 9, 50769 Köln
Tel. +49 (0)221 970325-0, Fax +49 (0)221 970325-4
info@tamron.de

www.tamron.de

TAMRON
New eyes for industry

HALBZEIT | *HALFWAY*

photokina 2010 präsentiert sich in absoluter Hochform
photokina 2010 is in absolute top form

Die photokina zeigt sich zur Halbzeit am Donnerstag in absoluter Hochform. Schon in den ersten Tagen strömten bereits annähernd 50.000 Besucher aus aller Welt zur Leitmesse der Imagingindustrie. Das sind rund sieben Prozent mehr Besucher als zum gleichen Zeitpunkt 2008. Die sehr gute Ordertätigkeit sorgt bei allen der 1251 Aussteller für beste Laune. Fachbesucher und Endverbraucher loben zudem das attraktive Eventprogramm zur photokina. „Mit diesem sensationellen Start hat die photokina ihre Position als Pflichtveranstaltung der Imaging-Branche eindrucksvoll unter Beweis gestellt“, so Koelnmesse-Geschäftsführer Oliver P. Kuhrt. Und auch der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbands, Christoph Thomas, zieht ein überaus positives Zwischenfazit: „Unsere Erwartungen wurden absolut übertroffen. Die von der photokina ausgehenden Impulse sind für die Branche von unschätzbarem Wert.“

Viele Aussteller betonten zur Halbzeit, sie hätten bislang „überaus gute“ Orders getätigt, die bei manch einem sogar die „Erwartungen deutlich übertroffen“ hätten. Auch die Internationalität der Messe-Besucher wurde bei den Ausstellern mit Freude registriert. Hinzu kommt, dass die photokina mit neuen Angebotsbereichen auch neue Zielgruppen gewinnen konnte. „Egal, was man im globalen Imaging-Markt auch sucht, die Angebots-Palette in Köln ist allumfassend und lässt keine Wünsche unbefriedigt“, versicherten viele Einkäufer.

Viele Attraktionen auch am kommenden Wochenende

Für Fotoenthusiasten, Hobbyfotografen und Fotokunstinteressierte präsentiert die photokina 2010 noch bis zum Sonntag ein prall gefülltes Angebot an Fotoausstellungen, Events und Attraktionen zu vielen Themen der Fotografie. Die Messe lockt mit Playboy-Shootings, dem größten Photoglobus der Welt sowie einem Test- und Tauchbecken zur Unterwasserfotografie, einem „lebenden Testchart“ an dem die eigene Kamera von Profis geprüft wird und vielen weiteren Publikumsangeboten rund um das Thema Bild.

Auf der Sonderfläche „Meet the Communities at photokina“ bietet die photokina auch den jungen Fotoenthusiasten in der Halle 5.1 einen zentralen Treffpunkt auf der Messe. „Meet the Communities“ verbindet erstmalig reale und virtuelle Communities auf einem über 1500 qm großen Areal. Soziale Netzwerke, Fotofestivals, Verbände und Verlagshäuser bieten den photokina- Besuchern hier eine einmalige Plattform mit diversen Highlights auf und neben der großen Bühne.

1251 Aussteller aus 45 Ländern präsentieren noch bis zum Sonntag das gesamte Angebotsspektrum der modernen Bildtechnik und Bildanwendung für Consumer und Professionals. ■

Up to the halfway point on Thursday, photokina has been in top form. Alone in the first few days, almost 50,000 visitors from all over the world attended the fair. The number of visitors is thus around seven percent higher than the figure recorded at the equivalent point in 2008. And the high level of order activity is keeping the 1,251 exhibitors in excellent spirits. In addition, trade visitors and end consumers alike have praised photokina's attractive event programme. "With this sensational start, photokina has underscored its position as a must-experience imaging sector event", says Oliver P. Kuhrt, Executive Vice President of Koelnmesse. Christoph Thomas, Chairman of the Photographic Industry Association, is also very impressed with the way things have gone so far. "Our expectations have been greatly surpassed. The momentum photokina is generating is invaluable for the sector."

Numerous exhibitors reported they had received "very good orders" by the halfway point, and some even said their orders had "significantly exceeded expectations." The sector's exhibitors were also pleased by the fact that the number of visitors from abroad had once again increased. What's more, with its new product segments, photokina has been able to attract new target groups. "Whatever you're looking for on the global imaging market – the comprehensive product range in Cologne leaves no wish unfulfilled," was the message from many buyers.

Numerous attractions for the upcoming weekend

Up until Sunday, photography enthusiasts, hobby photographers and anyone interested in photographic art will be able to enjoy photokina 2010's extensive range of photography exhibitions, events and attractions, which cover a wide range of topics. Attractions at the fair include playboy shootings, the world's largest photo globe, a test and diving pool for underwater photography, a "living test chart," where you can have professionals check your own camera, and lots of other public offerings related to imaging.

In Hall 5.1, photokina is also offering a central meeting point for young photography enthusiasts under the name "Meet the Communities at photokina." "Meet the Communities" links up real and virtual communities for the first time on an area measuring over 1,500 square meters. Social networks, photography festivals, associations, and publishing houses are offering photokina visitors a unique platform with diverse highlights on and beside the big stage.

A total of 1,251 exhibitors from 45 countries will be presenting the entire product range of modern imaging technology and image applications for both consumers and professionals until Sunday. ■

FOTOCOMMUNITY

face of fotocommunity

Sie möchten einen Blick in die frisch erschienenen fotocommunity-Bücher werfen, andere Fotografen treffen und Vorträge zu interessanten fotografischen Themen hören? Besuchen Sie die fotocommunity an Stand B24 in Halle 5.1. Wir freuen uns auf Sie!

Unter anderem erwartet Sie die Aktion „face of fotocommunity“: Lassen Sie sich am Messestand fotografieren und hängen Sie ihr Polaroid-Foto an die große „Face of“-Wand, an der im Laufe der Messe das Gesicht der fotocommunity entstehen wird. Wenn Sie Ihre E-Mail-Adresse auf die Rückseite des Fotos schreiben, haben Sie die Chance, eine von drei kultigen Polaroid-Kameras zu gewinnen.

Sie sind fotocommunity-Mitglied und möchten andere Mitglieder treffen, alte Bekannte wieder sehen oder diejenigen kennenlernen, mit denen Sie bisher ausschließlich online in der fotocommunity Kontakt hatten? Kein Problem! Am fotocommunity-Stand können Sie sich einfach in eine unserer Listen eintragen und angeben, zu welcher Zeit Sie vor Ort sind. Jeder fotocommunity-Fotograf, der den Stand besucht, darf diese

© Photo: Torsten Kärsch

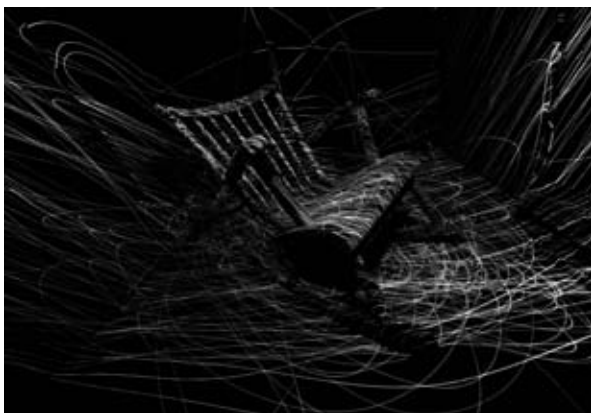
Listen einsehen und verpasst keinen seiner fotocommunity-Freunde. ■

You would like to have a look at the freshly released fotocommunity books, meet other photographers, or hear presentations about interesting photography topics? At the fotocommunity stand in hall 5.1 stand B24. We look forward to seeing you!

Among other things, the campaign for “face of fotocommunity” is looking forward to seeing you. Get a photograph of yourself taken by the fotocommunity-staff and hang your Polaroid photo on the great “Face of” wall, which will become the face of the fotocommunity during the fair. If you write your e-mail address on the back of the photo, you have the chance to win one of the three cameras.

Are you a member of the fotocommunity and would like to see old fotocommunity friends or get to know those who you only had online contact with? No problem! At our fotocommunity stand simply put your name on one of our lists and indicate at what time you are on site and how to contact you. Every fotocommunity photographer who visits the stand can view these lists with the result that they won’t miss any of their friends. ■

© Photo: Torsten Kärsch



© Photo: Martin John

Besuchen Sie fotocommunity auf der photokina: | ***Visit the fotocommunity booth at photokina:***

Halle 05.1 | Stand B024

www.fotocommunity.net

hiti
Ways to Your Photo Business Solutions
All at HiTi
Dry Minilab
Powerful Performance & Incredible Efficiency
1000 Prints of 4” x 6” Per Roll
7.9 Seconds Per 4” x 6” Print*
Professional Software to Maximize Your Workflow Efficiency
* Under the conditions of HiTi laboratory testing.
2010 AWARDS TIPA BEST PHOTO KIOSK
Mobile Photo Printing
Wireless Printing Solution
Photo Kiosk Solution
Hall 6, Booth # C022a
photokina 2010
© 2010 HiTi Digital, Inc.
Get more product information at www.hiti.com

CEWE COLOR

Das CEWE FOTOBUCH ist das beliebteste Fotobuch Europas

The CEWE PHOTOBOOK is Europe's most popular photo book

CEWE COLOR ist stolz darauf, mit dem CEWE FOTOBUCH die führende europäische Fotobuchmarke aufgebaut zu haben. Wir fragten Thomas Grunau, Geschäftsführer Marketing bei CEWE COLOR, wie das Unternehmen sein Top-Produkt weiterentwickelt.

CEWE COLOR is proud to have established the leading European photo book brand with its CEWE PHOTOBOOK. We asked Thomas Grunau, Marketing Director with CEWE COLOR, how the company was improving its top product.

Thomas Grunau, Geschäftsführer Marketing bei CEWE COLOR
Thomas Grunau, Marketing Director with CEWE COLOR

? Herr Grunau, CEWE COLOR spricht davon, dass das CEWE FOTOBUCH das beliebteste Fotobuch Europas ist. Wie kommen Sie zu dieser Aussage?

Thomas Grunau: CEWE COLOR hat vor ziemlich genau fünf Jahren begonnen, das CEWE FOTOBUCH zu entwickeln. Was damals als eine kleine Entwicklung startete, ist heute eines unserer absoluten Erfolgsprodukte. Kürzlich haben wir das zehnmillionste CEWE FOTOBUCH verkauft. Und allein für das Jahr 2010 rechnen wir mit über 4 Mio. Exemplaren. Diese Zahlen sprechen für sich.

Ein wesentlicher Schritt bestand zweifelsohne darin, das CEWE FOTOBUCH zu einer Marke auszubauen, die nicht nur eine hohe Bekanntheit und Verfügbarkeit anstrebt, sondern ein einzigartiges Qualitätsversprechen abgibt. Das CEWE FOTOBUCH ist zudem ein Produkt, das wie kein zweites für den erfolgreichen Wandel von der analogen zur digitalen Fotowelt steht. Von Anfang an ist es für seine einfache Erstellung und vielseitigen Gestaltungsmöglichkeiten ausgezeichnet worden.

Heute vertrauen über 45.000 Handelspartner auf CEWE COLOR und bieten ihren Kunden das CEWE FOTOBUCH für die kreative Verarbeitung ihrer Digitalfotos an. Dadurch ist es eindeutig das beliebteste und erfolgreichste Produkt auf dem europäischen Fotobuch-Markt.

? Warum war es aus Ihrer Sicht so entscheidend, dass das CEWE FOTOBUCH als Markenprodukt in den Markt eingeführt wurde?

Thomas Grunau: Durch die Definition und Markteinführung als eigenständige Marke können wir ein neues und noch nicht so bekanntes Produkt entsprechend bewerben und dem Konsumenten das CEWE FOTOBUCH nahe bringen. Ohne eine Marke wäre es heute nicht möglich, eine Werbekampagne wie die Sommer-Kampagne im August und September in TV und Print durchzuführen, weil die Wiedererkennung nicht gegeben wäre.

Durch eine starke Bewerbung, eine kontinuierliche Werbepräsenz und fortlaufende Kommunikationsarbeit erreichen wir viele Konsumenten und gewinnen sie für unsere Handelspartner als neue Kunden für das CEWE FOTOBUCH – und davon profitiert sowohl der Handel als auch wir. Dies zahlt nachhaltig auf die Stellung von CEWE COLOR als führender Foto-Dienstleister des Handels ein. Dass diese Aktivitäten von Erfolg gekrönt sind, zeigt unter anderem die Auszeichnung beim Marken Award 2010 in der Kategorie Beste Neue Marke (Finalist), die uns durch den Deutschen Marketing-Verband und das Magazin „absatzwirtschaft" verliehen wurde.

? Was tun Sie darüber hinaus, um das Produkt CEWE FOTOBUCH zu entwickeln?

Thomas Grunau: Wir verbessern kontinuierlich die Usability der Software wie auch die Individualisierungsmöglichkeiten für den Konsumenten. Grundsätzlich zeichnet sich das Produkt durch seine bedienungsfreundliche, für Windows, Mac und Linux verfügbare Bestellsoftware aus. Durch den Software-Assistenten, der wirklich einmalig im Fotobuch-Markt ist, werden vollautomatisch aus einer großen Auswahl an Fotos die besten ausgewählt und im CEWE FOTOBUCH platziert. Auch Computerlaien entwickeln im Handumdrehen so ein CEWE FOTOBUCH.

Dem Bedürfnis nach noch mehr in Bildern festgehaltenen Erinnerungen kommt die Erweiterung der Seitenanzahl für das CEWE FOTOBUCH entgegen. Unsere neue Bestellsoftware 4.7 ermöglicht eine Erweiterung des Umfangs auf 138, 146 und 154 Seiten bei vielen Formaten – damit gibt es fast keine Grenzen mehr bei der Gestaltung. Wir dringen in Dimensionen vor, die klassische Bildbände im Buchhandel einnehmen. Nur, dass Konsumenten mit ihren Urlaubsbildern einen Bildband als CEWE FOTOBUCH selbst gestalten.

Und weil das Reisethema noch immer ein Top-Anlass ist, ein CEWE FOTOBUCH zu gestalten, lassen sich durch die Software nun auch Landkarten integrieren. Damit wird die im Foto festgehaltene Erinnerung mit dem entsprechenden Ort auf der Erde zielgenau verbunden. Eine weitere Produktinnovation ist die optionale Hochglanzveredelung für das im Digitaldruck produzierte CEWE FOTOBUCH. Durch die Hochglanzveredelung erscheinen Farben intensiver und brillanter, das CEWE FOTOBUCH wirkt noch hochwertiger. Diese Option ist für die Formate Groß, Panorama und XL verfügbar.

Und für Konsumenten, die ein ganz besonderes Exemplar erstellen lassen möchten, denen aber Zeit und Gelegenheit fehlt, ist der CEWE FOTOBUCH Design Service genau der richtige Partner. Unsere hauseigenen Profidesigner wählen optional die besten Fotos aus und gestalten ein CEWE FOTOBUCH ganz nach Kundenwunsch. Jede Seite wird individuell erstellt. Dabei ist es möglich, den Stil und die Wichtigkeit der Fotos selbst festzulegen. So wird jedes Exemplar ein Unikat. Über einen Link kann das CEWE FOTOBUCH vor dem Druck noch einmal angeschaut und bei Bedarf korrigiert werden. ■

? Mr Grunau, CEWE COLOR says that the CEWE PHOTOBOOK is Europe's most popular photo book. How do you come to say this?

Die neue Bestellsoftware 4.7 ermöglicht die Integration von Landkarten in das CEWE FOTOBUCH.
With the new 4.7 order software, maps can now also be integrated into the CEWE PHOTOBOOK.

Thomas Grunau: *Almost exactly five years ago, CEWE COLOR began developing the CEWE PHOTOBOOK. The book started as a minor development, but today it has progressed to clearly become one of our most successful products. We recently sold our ten millionth CEWE PHOTOBOOK. And we expect to sell more than 4 million copies alone in 2010. These figures say it all.*

Without doubt, one of the most significant steps was to establish the CEWE PHOTOBOOK as a brand aiming not only for a high level of awareness and availability, but also an unmatched guarantee of quality. The CEWE PHOTOBOOK is also a product that stands for the successful transition from an analogue to a digital photo world more than any other product. It has been distinguished for its high quality and diverse design options right from the very beginning.

Nowadays more than 45,000 retail partners trust in CEWE COLOR and offer their customers the CEWE PHOTOBOOK for creatively processing their digital photos. This clearly makes it the most popular and most successful product on the European photo book market.

? Why, in your opinion, was it so decisive for the CEWE PHOTOBOOK to be launched on the market as a brand product?

Thomas Grunau: *Defining the product and launching it on the market as a brand in itself enables us to accordingly advertise a new product that is not yet very well-known and acquaint consumers with the CEWE PHOTOBOOK. Without a brand it would not be possible nowadays to run an advertising campaign like the summer campaign conducted on TV and in the print media in August and September as the product would not be recognised.*

We reach many consumers with effective advertising, continuous advertising measures and ongoing communication work, gaining them for our retail partners as new CEWE PHOTOBOOK customers – which benefits both retailers and our company. This has a long-term effect on CEWE COLOR's position as the leading photo service company in the business. The distinction with the 2010 Brand Award in the category of Best New Brand (finalist) awarded to us by the German Marketing Association and the marketing journal „absatzwirtschaft" shows, among other things, just how successful these activities are.

ab
7,95 €*
Unser schönster Sommerurlaub
* Unverbindliche Preisempfehlung für ein CEWE FOTOBUCH „Klein" gemäß Preisliste, zzgl. Bearbeitungspauschale.
Europas beliebtestes Fotobuch
Prämierte Qualität
Einfachste Gestaltung
Riesenauswahl
Mein
CEWE FOTOBUCH
Ihre Fotos als echtes Buch!
Gestalten Sie Ihre persönliche Fotoerinnerung! Kombinieren Sie Ihre Bilder mit attraktiven Hintergründen, eigenen Texten und individueller Seitengestaltung in einem CEWE FOTOBUCH – ab 7,95 €.*
Macwelt Testsieger
2008 TIPA
cewe
einfach schöne Fotos
www.cewe-fotobuch.de

CEWE FOTOBUCH: Der starke Markenauftritt ermöglicht hohe Bekanntheit und Wiedererkennung.
The powerful brand presence of the CEWE PHOTOBOOK has enabled high awareness and recognition.

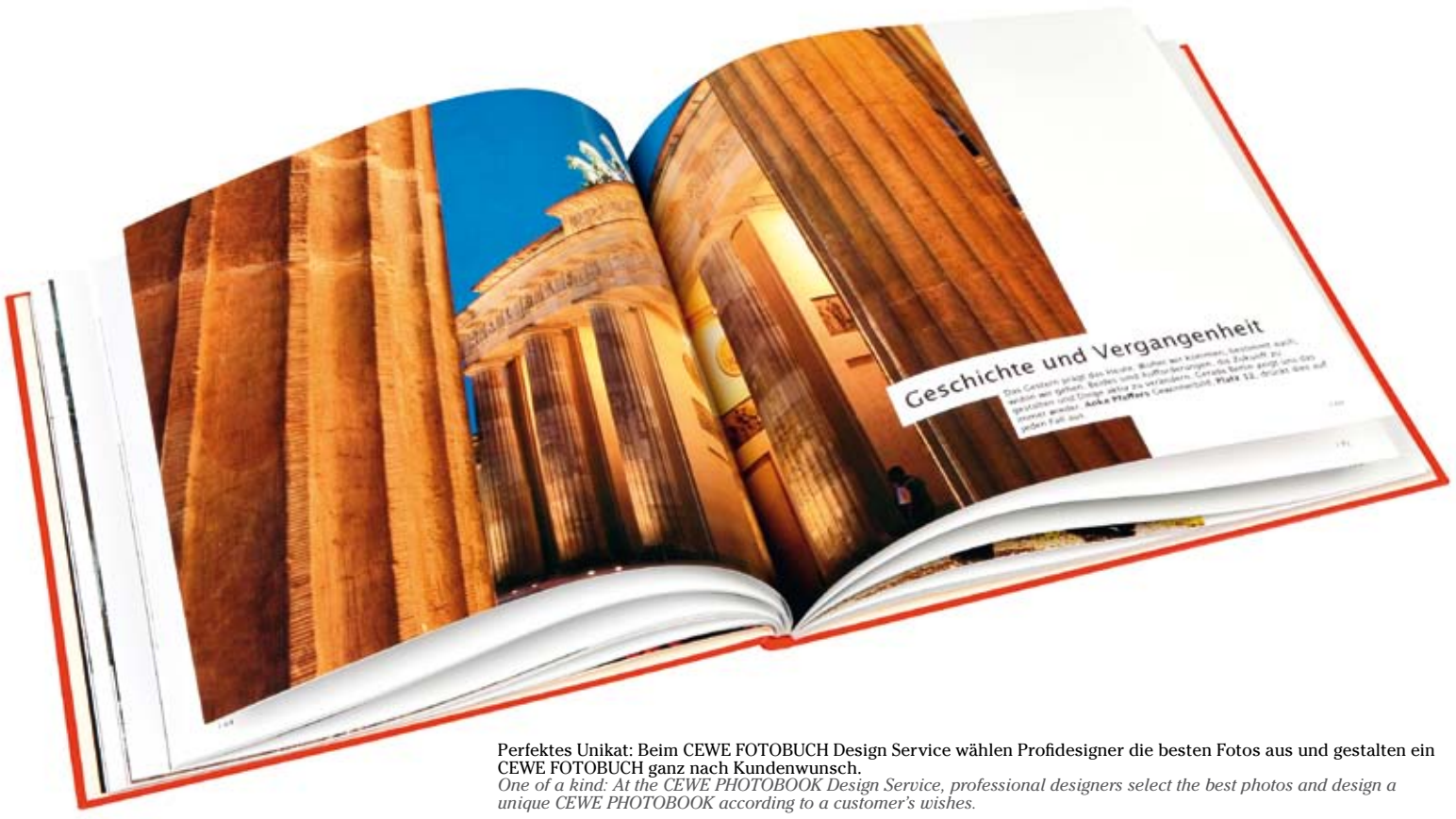
? What else are you doing to develop your CEWE PHOTOBOOK product?

Thomas Grunau: *We are continuously improving the usability of the software as well as the individualisation options for consumers. The product is fundamentally distinguished by its user-friendly order software which is available for Windows, Mac and Linux. The software assistant, which is truly unique on the photo book market, selects the best photos from a large selection fully automatically and places these photos in a CEWE PHOTOBOOK. Even people with little computer knowledge can create such a CEWE PHOTOBOOK in no time at all.*

The need for more memories to be captured in photos is met with the increase in the number of pages of a CEWE PHOTOBOOK. Our new 4.7 order software enables the number of pages to be increased to 138, 146 and 154 pages for many formats – which means there are now virtually no restrictions to creating a book. We are advancing into the dimensions of the classical illustrated books in book shops. Only now consumers are designing their own illustrated book as a CEWE PHOTOBOOK with their holiday photos.

And because travelling is always a first-class occasion to create a CEWE PHOTOBOOK, maps can now also be integrated with the software program. A memory that has been captured on a photo can thus be precisely linked to the corresponding specific location. Another product innovation is the optional high gloss finish for CEWE PHOTOBOOKS produced as digital prints. The high gloss finish makes colours seem more intensive and brilliant so that a CEWE PHOTOBOOK appears to be even more high quality. This option is available for the large, panorama and XL formats.

And for consumers who wish to have a really special copy produced, but who do not have the time or the chance to do so, the CEWE PHOTOBOOK Design Service is just the right partner. Our professional in-house designers choose the best photos from the options available and design a CEWE PHOTOBOOK exactly according to a customer's wishes. Each page is individually put together. Here it is possible for consumers to specify the style and the significance of the photos themselves, making each book unique. A link can be used to take a look at the CEWE PHOTOBOOK before it is printed and to make changes if necessary. ■



Perfektes Unikat: Beim CEWE FOTOBUCH Design Service wählen Profidesigner die besten Fotos aus und gestalten ein CEWE FOTOBUCH ganz nach Kundenwunsch.
One of a kind: At the CEWE PHOTOBOOK Design Service, professional designers select the best photos and design a unique CEWE PHOTOBOOK according to a customer's wishes.

Besuchen Sie CEWE COLOR auf der photokina: | *Visit the CEWE COLOR booth at photokina:*
Halle 04.2 | Stand A021
www.cewecolor.de

* Änderungen vorbehalt

1. September - 26. September 2010

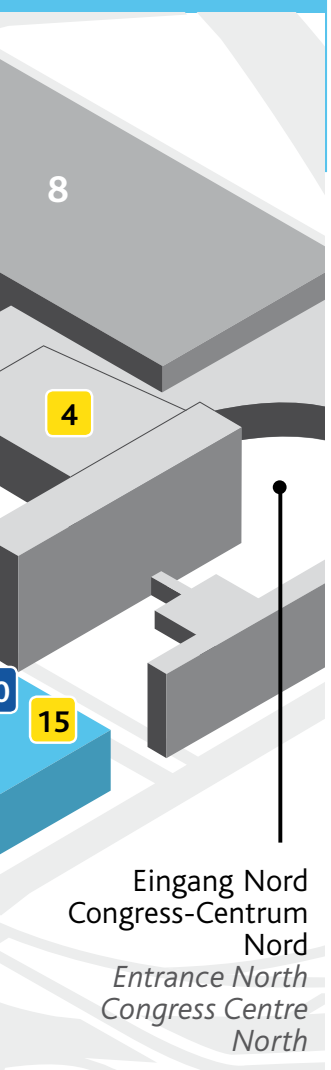
photo.COLOGNE
International Weeks of Photography

Informationen zur photokina: www.photokina.
Aktionen rund um die photokina:
www.koelnfotografiert.de | www.photo-cologn

Detailed information at: www.photokina-cologn
Highlights in Cologne: www.photo-cologne.de

Blick
lance

September
10



your photokina shirt

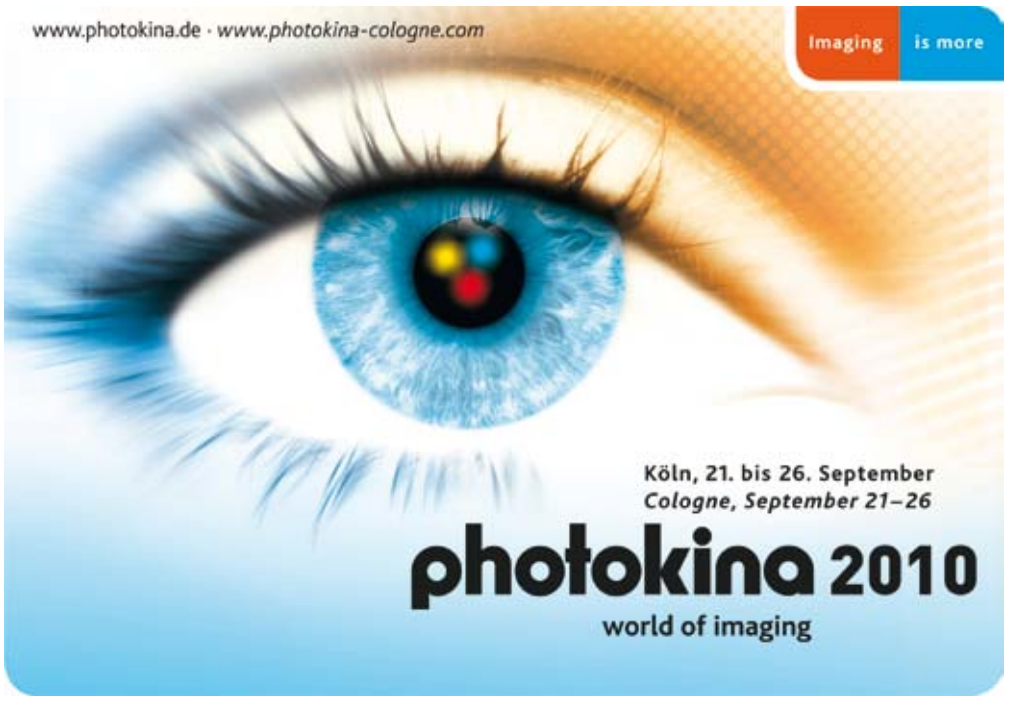
en! | * *Subject to alterations!*

de

ne.de

ne.com

1	Visual Gallery	Hall 1
2	Spotlight Tours – Talk and Walk with Experts	Passage 4/10
3	360° of Panoramic Photography – IVRPA	Hall 4.1, A010/A018
4	akg-images zeigt – Fotografen Selbstbildnisse *akg-images – Self Portraits of Photographers*	CC North, Press Center
5	Blende 2010	Boulevard
6	Deutschlands bester Fotograf *Germany's best photographer*	Hall 4.2, B020
7	Beyond the Evident – Edgar E. Sacayón/FLAAR	Passage 2/4
8	Nature Photography Glanzlichter 2010 | *Highlights 2010*	Passage 4/5
9	Anniversary Photo Award – Hahnemühle Fine Art	Hall 6, D022
10	Henrik Malmström Photography "On Borrowed Time"	Passage 2/4
11	KJF – Deutscher Jugendfotopreis *German Young Photographer Prize*	Hall 5.1, A022
12	Köln und seine Fotobücher *Cologne – a History in Fotobooks*	Boulevard North
13	JCII Masaya Nakamura "WOMAN"	Passage 2/4
14	NATIONAL GEOGRAPHIC „Dolomiten" *NATIONAL GEOGRAPHIC "Dolomites"*	Passage 4/5
15	Tim Mantoani Photography "Archiving Photographic Legends"	Hall 9, C060
16	Ulrike Harbach „Stille sehen" *Ulrike Harbach "Sights of silence"*	Passage 5/6
17	UNICEF – Foto des Jahres „Kinder. Die Gegenwart der Zukunft" *UNICEF photo of the year "Children. The presence of future"*	Passage 3/4
18	DVF Jugend-Fotowettbewerb 2010 *DVF Youth Photography Competition*	Hall 5.1
19	GDT Europäischer Naturfotograf des Jahres 2009 *GDT European Wildlife Photographer of the Year 2009*	Hall 5.1
20	Intermot Fotowettbewerb *Intermot Photography Competition*	Hall 5.1
21	Fotofestival Zingst präsentiert Gerd Ludwig *»zingst horizons« presents Gerd Ludwig – Peace on Earth or Earth to Pieces*	Hall 5.1
22	fotocommunity Contest	Hall 5.1
23	China Holidays – photokina Reisen *China Holidays – photokina journeys*	Hall 5.1, B013
24	Coca Cola	Hall 5.1, A034
25	photokina TV by FotoTV	Hall 5.1, B017
26	fotocommunity	Hall 5.1, B024
27	Handyfotocommunity	Hall 5.1, A030
28	Intermot Promotion	Hall 5.1, A032
29	Lomography – "The future is analogue"	Passage 4/5, A003
30	c't magazin	Hall 5.1, B012
31	mobile energizer – Ihre mobile Ladestation *mobile energizer – Your mobile charging station*	Hall 5.1, A014
32	make.tv	Hall 5.1, A012
33	Nikon Fotografie-Forum	Halle 5.1, B015
34	Nikonians	Hall 5.1, A010
35	DVF Deutscher Verband für Fotografie *DVF German Organisation for Photography*	Hall 5.1, A009
36	Fotofestival Horizonte Zingst *»zingst horizons« Environmental Photo Festival*	Hall 5.1, B007
37	GDT Gesellschaft Deutscher Tierfotografen	Hall 5.1, B009
38	Darmstädter Tage der Fotografie	Hall 5.1, B005
39	CHIP FOTO-VIDEO digital	Hall 5.1, A008
40	BDFA *Federal Association of German film-authors*	Hall 5.1, A007
41	friendticker	Hall 5.1
42	Photoshop Community	Hall 5.1
43	Format Projektion powered by MyVideo *Projection format powered by MyVideo*	Hall 5.1, B011
44	photokina PIONEERS	Hall 5.1, A020/A028
45	Meet the Professionals	Hall 1
46	World of 3D at photokina	Hall 4.1, C021/C029
47	CGI – Computer Generated Imaging	Hall 4.1, A030/C039
48	Fine Art Printing	Hall 2.2, B040
49	Imago 1:1	Hall 6, C030
50	Leading Photographers of the World	Hall 9, A050/C058
51	Matrixring	Hall 4.1, A008
52	TIPA	Passage 3/11
53	Underwater Imaging World	Hall 3.1, A022/B022
54	Weitblick – Look and See	"Piazza"
55	Creative Alliance at photokina	Hall 4.1, I010
56	BROADCAST goes photokina – Schweben und Filmen *BROADCAST goes photokina*	Hall 2.1, B036
57	DGPh-Vortragsforum „Photographie – Wie geht die Reise weiter?" 24.09.2010 *DGPh-Lecture forum "Photography – how will the journey continue?", 24.09.2010*	Kristallsaal
58	GFK Market Briefings, 22.-24.09.2010	Allegro, Passage 2/4
59	ITVA 3D Stereo Screening, 24.09.2010	Kristallsaal
60	Spectaris Technologieforum *Spectaris Technology Forum*	Stage Hall 1
61	Dionys Moser – Fotoreisen *Dionys Moser – Photo Journeys*	Hall 5.1, D029
62	Academy meets photokina	Hall 1
63	ZEIT Campus	Hall 1
64	Photo- und Medienforum Kiel *Photo and Media Forum Kiel*	Hall 1
65	Photoglobus | Photoglobe	Passage 4/5
66	The Impossible Project	Hall 2.1, B034
67	Kölner Musiknacht meets Visual Gallery, 25.09.2010 *Cologne Night of Music meets Visual Gallery, 25.09.2010*	Hall 1
	photokina Merchandising – by Campus Sportswear	Boulevard, Passage 3/11



CGI Solution Center – 1. Internationales CGI-Forum

Computer Generated Imaging (CGI) beeinflusst bereits stark die werbliche Kommunikation der Gegenwart und hat enormes Zukunftspotential. Im Zentrum der Halle 4.1, wird das photokina CGI Solution Center die Spitzenleistungen der CGI-Bildgestaltung präsentieren und das dazugehörige Know-how vermitteln. Im Mittelpunkt der Präsentation der CGI-Technologie steht die konkrete Vermittlung von Know-how anhand von Vortragsprogrammen, Ausstellungen und Leistungspräsentationen. Zu diesem Zweck gestalten Hardware-Anbieter, Software-Entwickler, kreative Anwender, spezialisierte Händler und qualifizierte Ausbildungsstätten gemeinsam in und um das CGI Solution Center ein anspruchsvolles Programm, um gegenwärtige und zukünftige Entwicklungen sichtbar werden zu lassen. ■

Computer-generated imaging (CGI) is already having a strong impact on today's advertising communications and displays further potential for the future in the business world. Right in the center of Hall 4.1, where a combined dialogue platform and marketplace will be featured, the photokina CGI Solution Center will present outstanding examples of image creation with CGI and communicate related know-how. A focal point of the presentation of CGI technology is the communication of concrete know-how to professional users by means of presentation programs, exhibitions, and demonstrations of performance. To realize this aim, hardware suppliers, software developers, creative users, specialist dealers and qualified training institutes are collaborating on the creation, in and around the CGI Solution Center, of a sophisticated program that will make it possible to view current and future developments. ■

Wo: Halle 4.1, A030/ C039
Where: *Hall 4.1, A030/ C039*

Creative Alliance at photokina

Professionelle Fotografen sollten sich auf der photokina 2010 die Gelegenheit nicht entgehen lassen, sich von einigen der bekanntesten Branchenexperten inspirieren zu lassen. Möglich wird das bei der Creative Alliance at photokina.
The Creative Alliance - diese Verbindung aus sechs Größen im Profi-Fotomarkt hat sich mit der photokina und der Koelnmesse zusammengeschlossen, um auf der photokina 2010 täglich in Workshops Tipps und Tricks zu demonstrieren. ■

Professional photographers should not pass up the opportunity to be inspired at photokina 2010 by some of the best-known experts in the sector. This will be possible at the Creative Alliance at photokina. The Creative Alliance, which consists of six major companies in the professional photo market, will be joining up with photokina and Koelnmesse to demonstrate photographic tips and tricks at workshops held daily at photokina 2010. ■

Wo: Halle 4.1, I010
Where: *Hall 4.1, I010*

CGI Solution Center – 1. Internationales CGI-Forum

Fine Art Printing

Die im Rahmenprogramm der photokina integrierte Sonderschau "see me, feel me, print me" ist ein neu entwickeltes Highlight des Ausstellungsbereiches „Imaging Output" und richtet sich mit dem Thema Fine Art Printing federführend an Fotografen und anspruchsvolle Endverbraucher. Der Besucher wird auf ganzer Linie das Produkt austesten und sich von den Produkteigenschaften der verschiedenen Fine-Art-Papiere überzeugen können. Der Druckpartner Epson ermöglicht Ihnen eine direkte Vergleichbarkeit der verschiedenen Papiere der Teilnehmer an einer eigenen Druckstation am Stand. Zu einem Fachgespräch am Stand lädt das Magazin „Fine Art Printer" ein. ■

The special show "see me, feel me, print me", which is integrated into the supporting programme of photokina, is a newly developed highlight in the "Imaging Output" exhibition area. With the theme of fine art printing, it is primarily geared towards photographers and demanding end consumers. Visitors will be able to try out the product thoroughly and find out for themselves about the product characteristics of various fine art papers. The print partner Epson allows you to directly compare the different papers of the participants at their printing station right at the booth. The magazine „Fine Art Printer" invites you to an expert discussion at the booth. ■

Wo: Halle 2.2, B040
Where: *Hall 2.2, B040*

Meet the Communities

Die brandneue Dachmarke der photokina „meet the communities at photokina" verbindet erstmalig reale und virtuelle Communities auf einem über 1.500 qm großen Areal inmitten der Halle 5.1. Sozial Netzwerke, Fotofestivals, Verbände und Verlagshäuser bieten Ihnen als photokina Besucher eine einmalige Plattform mit diversen Highlights auf und neben der großen Bühne. Vernetzung und Kommunikation stehen im Vordergrund dieser einzigartigen Sonderfläche.
Weitere Highlights sind eine Twitter Wall und ein spannendes umfangreiches Bühnenprogramm aller Beteiligten auf der Manfrotto Center Stage.
Der gesamte Bereich „meet the communities" ist aufgeteilt in die Bereiche Community, Festivals, Verlage und Verbände sowie diverse Partnerflächen im gesamten Areal der „Meet the Communities". Als Medienpartner der photokina präsentiert FotoTV in diesem Jahr ein Messe-Highlight: Das Gläserne Studio.

Meet the Communities: Playboy Shooting

Das weltweit größte WebTV über Fotografie übernimmt die tägliche Berichterstattung vor Ort und produziert non-stop Beiträge in Zusammenarbeit mit der Messe und den Herstellern. Experten-Gespräche, Interviews, Diskussionen, Produktneuheiten - all das können die Besucher in einem gläsernen Fernseh-Studio LIVE miterleben! ■

photokina's latest umbrella brand of photokina „meet the communities at photokina" for the first time links real and virtual communities in an area larger than 1,500 m² in the middle of Hall 5.1. Social networks, photo festivals, associations and publishing houses offer the photokina visitor a unique platform with various highlights on and next to the large stage. Networking and communication with modern end devices, and the latest generation cameras are the focus of this modern and networked space. Further highlights are the Twitter Wall and the exciting and comprehensive stage programme of all the participants on the Manfrotto Center Stage. The „meet the communities" area is divided into the sections Community, Festivals, Publishers and Associations as well as into various partner spaces over the entire „meet the communities" area. As the media partner of photokina, FotoTV is presenting a trade fair highlight this year: The transparent studio.
The world's largest web TV station dedicated to photography will take over daily reporting on- site and produce non-stop videos in cooperation with the fair and the manufacturers. There will be expert talks, interviews, discussions and product innovations – all this can be witnessed by visitors LIVE in a transparent TV studio. ■

Wo: Halle 5.1
Where: *hall 5.1*

photokina-Matrixring

Der adf, Arbeitskreis Digitale Fotografie e.V., installiert auf der photokina 2010 in Halle 4.1 einen so genannten Ma-

Underwater Imaging World at photokina

trixring. Mit ihm werden live auf der Messe Matrix Movies produziert – faszinierende, interaktive Flash-Darstellungen, die im Internet eine 360°-Ansicht des fotografierten Objektes ermöglichen. Messebesucher sind eingeladen, kostenlos ein Matrix Movie von sich selbst erstellen zu lassen, das kurz darauf online im Internet zu sehen sein wird. ■

The adf (Arbeitskreis Digitale Fotografie e.V. – Digital Photography Working Group) will install a so called matrix ring. At photokina it will be used to produce matrix movies – fascinating interactive Flash Player images that will enable a 360° view of the photographed objects on the Internet. Trade fair visitors will be invited to have a matrix movie of themselves made free of charge, which will be viewable on the Internet shortly thereafter. ■

Wo: Halle 4.1, A008
Where: *Hall 4.1, A008*

World of 3D at photokina powered by ScanBull

Gemeinsam mit dem Kooperationspartner ScanBull präsentiert die photokina 2010 den Besuchern der World of Imaging einen Einblick in die Zukunft: Auf der Sonderschaufläche „World of 3D at photokina powered by ScanBull“ können sich Besucher der World of Imaging von den vielfältigen Möglichkeiten der dritten Dimension für Fotografie und Film faszinieren lassen. Dabei ermöglicht es die moderne Digitaltechnik, dass Gegenstände aus dem realen Leben und realitätsgetreue 3D-Umgebungen zusammenwachsen. Zudem zeigt die World of 3D dem Fachbesucher der photokina wie durch 3D Scanning und 360° Fotografie neue Geschäftsfelder erschlossen werden können.
Perfekt ergänzt wird die Präsentation auf der 500 Quadratmeter großen Sonderfläche „World of 3D at photokina powered by Scanbull“ in der Halle 4.1 (A-020 /A-028) durch ganztägige spannende Programmangebote aus Diskussionen, Aktionen und Livevorträgen – getreu dem Motto: „Anfassen - Erleben – Begreifen“. ■

Together with its partner ScanBull, photokina 2010 will enable visitors to the World of Imaging to look into the future: At the special show area “World of 3D at photokina powered by ScanBull,” visitors to the World of Imaging will have a chance to become fascinated by the range of different possibilities of the third dimension for photography and film. Here cutting-edge digital technology makes it possible to blend together objects from real life and realistic 3D environments. The World of 3D also shows the photokina trade visitors how new areas of business can be accessed by means of 3D scanning and 360° photography. The presentation will be perfectly complemented by the exciting, whole-day program features including discussions, activities and live presentations – in keeping with the motto: “Touch - Experience – Understand.” ■

Wo: Halle 4.1, C021/ C029
Where: *Hall 4.1, C021/ C029*

GfK Market Briefings

Information pur bieten traditionell die GfK Market Briefings vom 22. bis 24. September. Basis- und Hintergrunddaten, detaillierte Markt- und Produktgruppenstudien über verschiedene Wirtschaftsräume von Westeuropa über Südostasien und die USA bis Osteuropa machen die Veranstaltung von GfK Marketing-Services und Prophoto GmbH zu einem unerlässlichen Pflichttermin für Händler und Industrievertreter aus aller Welt. ■

The GfK Market Briefings have always offered a wealth of information. Key data and background information, as well as detailed market and product group studies on various economic regions from western and eastern Europe to southeast Asia and the U.S. make the events organized by GfK Marketing Services and Prophoto GmbH a top-priority date for dealers and industry representatives from all over the world. ■

Wo: Passage 2/4, Salon Allegro 9:00 - 10:00 Uhr und 17:30 - 18:30 Uhr, am 24.09. 9:00 Uhr
Where: *Passage 2/4, Salon Allegro 9:00 to 10:00 a.m. and 5:30 to 6:30 p.m.; 24.09. 9:00 a.m.*

Underwater Imaging World at photokina

Unter dem Titel „Underwater Imaging World at photokina“ werden Sie eine erlebnisreiche Unterwasserwelt vorfinden, auf der nicht nur bekannte sondern auch neue Aussteller eine zahlreiche Bandbreite an Unterwasserprodukten präsentieren. Erstmalig haben Sie als Besucher die Möglichkeit, neuste Produkte in einem Test- und Tauchbecken vor Ort zu testen, wo auf Sie als Besucher eine besondere Überraschung im Becken wartet und zum Schnappschuss einlädt. ■

The “Underwater Imaging World at photokina” will take you on a journey into an exhilarating underwater world where new and familiar exhibitors will be presenting an extensive range of underwater products. For the first time you as a photokina visitor will have the chance to try out the latest products in a testing and diving pool, where we have got a special surprise waiting for you and inviting you to take a snapshot. ■

Wo: Halle 3.1, A022/ B022
Where: *Hall 3.1, A022/ B022*

International Buyers Lounge – Service-Angebot für den internationalen Fachhandel
International Buyers Lounge – services for the international specialist trade

Mit der International Buyers Lounge bietet die photokina den Fachhändlern aus aller Welt eine exklusive Anlaufstelle, die sie bei der optimalen Gestaltung ihres Messebesuchs unterstützt. Das Informationsangebot reicht von detaillierten Messe- und Produktinformationen über die Möglichkeit das eigene Mobiltelefon an speziellen „Handy-Tankstellen” schnell aufzuladen bis hin zum PC mit Zugang zum World Wide Web. Zutritt zur International Buyers Lounge haben ausschließlich registrierte Fachhändler. Eine Registrierung ist sowohl vor Ort, als auch vorab über das Internet möglich. ■

With the International Buyers Lounge, photokina offers trade visitors from all over the world an exclusive meeting point, where they will find all the support they need to make the most of their trade fair visit. The range of services on offer make the center a perfect meeting point, even during the day. The lounge will offer detailed trade fair and product information as well as quick cell phone charging stations and a PC with Internet access. The International Buyers' Lounge is open exclusively to registered specialist dealers. Registration can be carried out at the fair or in advance on the Internet. ■

21.09. - 26.09.2010, 9.00-19.00 Uhr
Wo: Sitzungszimmer Südliches Foyer, Congress-Centrum Ost
Where: *Sitzungszimmer Südliches Foyer, Congress Centre East, Koelnmesse*

Meet the Professionals

Der kreativen Szenen wird auf der photokina 2010 ein Forum der Extraklasse geboten: Meet the Professionals. Hier präsentieren Anwenderverbände und -organisationen und Publisher den Profis der kreativen Szene ihre Arbeit und laden zum regen Informationsaustausch ein. Diskussionen und Vorträge, sowie Mini-Workshops finden auf der eigenen Bühne in Halle 1 ihren Platz. ■

A very special contact forum for creative photographers as well will once again be offered at photokina 2010. At “Meet the Professionals,” user associations and organizations and publishing houses will be introducing themselves to their target group and presenting their work to professionals from the creative photography scene. The contact forum will provide ample opportunities for the extensive sharing of information and for interesting panel discussions and presentations on current sector topics that will be held daily on the stage in Hall 1. ■

Wo: Halle 1 – Meet the Professionals
Where: *Hall 1 – Meet the Professionals*

Academy meets photokina
Academy meets photokina

Der Ausstellungsbereich „Academy meets photokina“ zählt seit 2006 zu den absoluten Highlights der photokina. Er wird von der Sektion Bildung und Weiterbildung der DGPh betreut. Über 50 Universitäten, Akademien, Fachhochschulen und private Fachschulen aus Deutschland und dem europäischen Ausland haben sich für einen Stand auf der photokina 2010 beworben Eine fachkundige Jury hat die 22 Teilnehmer ausgewählt, die sich in diesem Jahr bei „Academy meets photokina” mit eigenen Ständen auf der photokina vorstellen werden. Unter ihnen sind neun ausländische Hochschulen. ■

The “Academy meets photokina” exhibition area has been one of the highlights of photokina since 2006. It is run by the Education and Further Education section of the German Photographic Association (DGPh). More than 50 universities, academies, universities of applied sciences and private colleges from Germany and the rest of Europe applied for a stand at photokina 2010 and submitted concepts and samples of their work. An expert jury agreed on the 22 “Academy meets photokina” participants who will have their own stands at photokina in 2010. The selected educational institutions include nine foreign universities. ■

Wo: Halle 1 – EINTRITT FREI
Where: *Hall 1 – FREE ADMISSION*

Visual Gallery

Bereits zum 5. Mal präsentiert die Visual Gallery Glanzstücke weltweit anerkannter Fotografen und Arbeiten preisgekrönter Nachwuchskünstler im Rahmen der photokina 2010. Die Ausstellung spannt, als zentraler Bestandteil des Kreativtreffpunkts „von Profis für Profis“, einen Bogen von der Fotodokumentation über das Fotodesign und den Fotojournalismus bis hin zur Fotokunst. ■

For the 5th time, the Visual Gallery will be presenting highlights by world-

Visual Gallery: Mark Holthusen, San Francisco, USA

renowned photographers and projects by award-winning up-and-coming artists at photokina 2010.
As a central element of the creative meeting point "from professionals for professionals", the exhibition covers everything from photo documentation to photo design and from photojournalism to photographic art. ■

21.09. - 26.09.2010
Wo: Koelnmesse, Halle 1. Der Eintritt ist frei.
Where: *hall 1 - FREE ADMISSION*

DGPh-Vortragsforum „Photographie – wie geht die Reise weiter?"

The presentation forum "Photography – where are we headed?"

Am 24. September veranstaltet die Sektion Wissenschaft und Technik der DGPh auf der photokina das 3. Vortragsforum „Photographie – wie geht die Reise weiter?" Die Tagung hat die Schwerpunkte Aufnahmetechnik und Foto-Finishing. ■

On September 24 the Science and Technology section of the German Society for Photography (DGPh) will conduct the third presentation forum titled "Photography – Where are we headed?" The forum will focus on exposure technology and photofinishing. ■

24.09.2010
Wo: CC OST Kristallsaal, Koelnmesse
Where: *CC East Kristallsaal*

Leading Photographers of the World

Zur photokina 2010 lädt Guido Karp zusammen mit hochrangigen internationalen Kollegen unterschiedlicher Genres – die mit ihm gemeinsam zweisprachig unterhaltsam und informativ die Fotografie präsentieren - zum neuen Projekt „Leading photographers of the World" rund um die Peoplefotografie ein. Und natürlich haben die Besucher der photokina wieder die Chance, sich von diesen Weltklassefotografen professionell in Szene setzen und ablichten zu lassen. Dabei steht jeder Messetag unter einem anderen Motto – von Hochzeit über Mode bis zur Musik.

Leading Photographers of the World: Mike Larson

Die Teilnehmer sind:

Dienstag, 21.09.2010
Mike Larson (Californien, USA)
Einer der weltbesten Hochzeitsfotografen

Mittwoch, 22.09.2010
Steve Thornton (Mailand, Italien)
Weltklasse Modefotograf

Donnerstag, 23.09.2010
Tim Mantoani (San Diego, USA)
Exklusiver Werbefotograf

Freitag, 24.09.2010
Guido Karp (Deutschland / USA)
Musikfotograf, tourte exklusiv mit Robbie Wiliams, AC/DC

Samstag, 24.09.2010
David Mecey (Los Angeles, USA)
Dessous- und weibliche Aktfotografie – Playboy-Fotograf seit 23 Jahren ■

At photokina 2010, Guido Karp and high ranking international colleagues from various genres of people photography invite to the new project "Leading photographers of the World" , in which a bilingual, entertaining and informative presentation on photography will be given. And, once again, visitors to photokina will have a chance to have their pictures taken by these world-class practitioners of their art. Each day of the trade fair will showcase a special theme, ranging from weddings to fashion and music. ■

Wo: Halle 9, A050/ C058
Where: *hall 9, A050/ C058*

The Future is Analogue – Join the LomoWorldMap

Unter dem Titel „Die Zukunft ist analog" präsentierte die Lomographic Society International auf der photokina 2008 ein vielfältiges Programm rund um das Kultthema „Lomographie". Auf der photokina 2010 präsentieren die Jünger der Analogen Fotografie erstmals ihre LomoWorldMap; ein gewaltiges Zukunftsprojekt, das danach trachtet, die Milliarden von Lomographien dieser Erde auf einer gigantischen LomoLand-Karte zu versammeln und abzubilden. Mit einer Ausstellung aus rund 50.000 Bildern präsentieren die Lomographen das Projekt und laden gleichzeitig jeden dazu ein, die erste Teiletappe der LomoWorldMap mitzugestalten: die lomographische Abbildung Deutschlands! ■

Based on the theme "The Future Is Analog," the Lomographic Society International presented a diverse program covering the hot topic of lomography at photokina 2008. At photokina 2010 the adherents of lomographic analog photography will be presenting for the first time ever their LomoWorldMap, an ambitious future-oriented project that aims to collect the billions of lomographies created on this earth and represent them on a gigantic map. The lomographers will be presenting this project in an exhibition of approximately 50,000 images and inviting viewers to help create the first part of the LomoWorldMap: the Lomographic portrayal of Germany! ■

Wo: Passage 4/5, A003
Where: *Passage 4/5, A003*

Leading Photographers of the World: David Mecey

Weitblick

Weitblick – look and see auf der Piazza: live Demonstration von Fernoptikprodukten mit täglichen, atemberaubenden Greifvogelflugschauen. Auch in diesem Jahr sind Adler, Eule, Jagdfalke & Co. wieder die Stars und können bestaunt und erlebt werden: ganz besonders nah mit den Produkten unserer Fernoptik Aussteller. ■

Weitblick – look and see at the piazza: live demonstrations of long-distance optical products with daily, spectacular bird of prey shows. Once again this year the stars will be eagles, owls, falcons and more, which can be admired and experienced – up close with products by our exhibitors. ■

Wo: Piazza
Where: *Piazza*

photo.Cologne

Unter der Dachmarke photo.COLOGNE bündeln der Internationale Photoszene Köln e.V. mit dem IPK festival und die Koelnmesse GmbH mit der Visual Gallery at photokina sowie der Aktion „photokina: Koeln fotografiert!" ihre Aktivitäten, um die Bedeutung Kölns als Zentrum der Fotografie zu festigen und weiter auszubauen.
Die photokina als internationale Branchenleitmesse bildet gemeinsam mit der Visual Gallery und dem „Kernwochenende" des IPK <festival> den jeweiligen Höhepunkt der photo.COLOGNE-Aktivitäten im September 2010. ■

Internationale Photoszene Köln e.V. is working with IPK <festival>, Koelnmesse GmbH, the Visual Gallery at photokina and the "photokina: Köln fotografiert!" event to establish and promote Cologne as a leading centre for photography. The leading international trade show photokina, the Visual Gallery and the "Kernwochenende" ("Main Weekend") of the IPK <festival> are the highlights of photo.COLOGNE's activities in September 2010. ■

photo.COLOGNE
International Weeks of Photography

Meet the Professionals

Bühnenprogramm Halle 1
Stageprogram Hall 1

11:00 - 11:30
„Was macht ein gut verkäufliches Foto aus?"
Robert Kneschke, Edition ProfiFoto by mitp

11:30 - 12:00
Academy meets photokina

12:00 - 13:00
„Bildrechte, Markenrechte, Urheberrechte: Verletzen vermeiden"
Boris Wienholz für FotoMediaAcademy.de, Mannheim

13:00 - 14:00
„Selbstvermarktung im Web 3.0: Facebook, Twitter und Datenbankmarketing 2010"
Konrad Dienst & Michael Hirschler

14:00 - 15:00
Academy meets photokina

15:00 - 15:30
XEROX „Digitale Photo Produktion: Chancen und Herausforderungen für den Markt"

15:30 - 16:00
„Bildrechte" **Wolfgang Rau**

16:00 - 17:00
„Baumwolle weltweit"
Gespräch und Bildpräsentation mit dem Fotografen **Hans Peter Jost**

17:00 - 18:00
„Honorare, Vertragsbedingungen, Vergütungsregeln für Bildjournalisten"
Thomas Schumann

Manfrotto Center Stage

Bühnenprogramm Halle 5.1
Stageprogram Hall 5.1

11:00 - 12:00
Playboy Shooting
CHIP FOTO VIDEO

12:00 - 13:00
„So gelingen die besten Shots mit Fotohandys"
Christian Träger

13:00 - 14:00
„Emotionale Bewegung"
Bill Frakes

14:00 - 14:30
„Aktfotografie"
Lars Ihring

14:30 - 15:00
„Das vierte Auge" Teil I
Martin Zurmühle

15:00 - 16:00
Playboy Shooting
CHIP FOTO VIDEO

16:00 - 17:00
Foto TV-Workshop
‚Modelführung und Posen'
Jamari Lior

17:00 - 18:00
Speakers Corner 2.0

The Creative Alliance

Halle 4.1 | Stand Nr. I-010
Hall 4.1 | Booth Nr. I-010

11:00 - 11:40
NIKON | Willkommen in unserer Welt.
NIKON | *Welcome to our world.*
Jürgen Müller

12:00 - 12:40
Adobe Creative Suite 5 | Alle Arbeitsschritte vom Foto bis zur gedruckten Anzeige.
Adobe Creative Suite 5 | *The complete workflow from shot to magazine ad.*
Rufus Deuchler

13:00 - 13:40
X-RITE | Erweitern Sie Ihren fotografischen Horizont mit Farbmanagement.
X-RITE | *Color Manage your photographic horizons.*
Ralph Man/ Vincent Versace

14:00 - 14:40
WACOM | Starke Tipps und Tricks für eine bessere Bildbearbeitung.
WACOM | *Power tips and tricks to better imaging.*
Calvin Hollywood/Robin Preston

15:00 - 15:40
Nik Software | So arbeiten die Profis.
Nik Software | *work like pro.*
Robin Preston

16:00 - 16:40
HP PSG | Professionelle Workstations für kreative Anwendungen.
HP Personal Computers and Monitors | *Creative workstations for creative applications in the professional environment.*

17:00 - 17:40
HP LFP | Das gedruckte Original. Von Korn zu Pixeln – und wieder zurück.
HP Large Format Printers | *The printed original. From grain to pixels and back*
Thomas Hoepker

18:00 - 20:00
Moderne Hochzeitsfotografie: Eine neue Ära für Fotografen, die alle Disziplinen, Menschen, Glamour-Zeitschriften, Editorials und das gedruckte Blatt umfasst.
Modern wedding photography, a new era of photographers that encompass all disciplines people, glamour, editorial and the printed page.
Diskussionsgruppe | *Discussion Group:*
Nicole und Ralf Obermann, Blurb, Robin Preston

CGI Forum

Halle 4.1 | Stand A030/C039
Hall 4.1 | Booth A030/C039

10:30 - 11:00
Vortragsrunde
Georg-Simon-Ohm-Hochschule
Jostmeier

11:00 - 11:30
Seitz | 32-bit HDR Aufnahmetechniken & Workflow in der Praxis
Sarah Hänle (Third Floor Company)

11:30 - 12:00
Vinx | Mediendatenproduktion 3.0 oder warum CGI?
Klaus Junk

12:00 - 12:30
Maxon | Virtuelles Set – Im Zusammenspiel von CINEMA 4D und Photoshop
Uli Staiger

12:30 - 13:00
mStore | Creative Workflows For CGI & Motion Graphics
Robert Hranitzky

13:00 - 13:30
Photo 4D | CGI – Die Befreiung der Photographie
Mathias Langner

13:30 - 14:00
moofe | Saving time and money in a CG world
Douglas Fisher

14:00 - 14:30
Luxology | CGI for print and advertising
Brad Peebler

14:30 - 15:00
4DDynamics | 3D Photography creating new possibilities for photographers
Uwe Patzke

15:00 - 15:30
Eder | vSHOT – Das Onlinesystem zur schnellen Visualisierung von Produkten in fotorealistischer Qualität
Andreas Eder

15:30 - 16:00
3D Powerstore | „Workflow -Darstellung – Integration von virtuellen Inhalten in fotografierte Umgebungen" (Realtime Rendering)
Ron Martin

16:00 - 16:30
follow.blue | Datenhandling, die Grundlage für CGI
Pascal Staud

16:30 - 17:00
MACKEVISION | Creative Image Factory – Die Entstehung Fotorealistischer Computerbilder entwächst der Nische. Wie Kreativität und industrielle Massen-Anforderungen vereint werden.
Armin

17:00 - 18:00
Podiumsdiskussion

Spotlight Tours

Visual Gallery

24.9. 18:00
25.9. 15:00
26.9. 10:30 + 15:00 (Family Tour)

1: Visual Gallery

Tour 1 · Natur · Kultur

21.9. 14:30
22.9. 16:30
24.9. 14:30
25.9. 10:30 + 16:30
26.9. 12:30

A: NATIONAL GEOGRAPHIC „Dolomiten"
NATIONAL GEOGRAPHIC "Dolomites"
B: Glanzlichter 2010
Nature Photography Highlights 2010
C: Köln und seine Fotobücher
Cologne – a History in Fotobooks
D: Ulrike Harbach „Stille sehen"
Ulrike Harbach "Sights of silence"

Tour 2 · Effekte

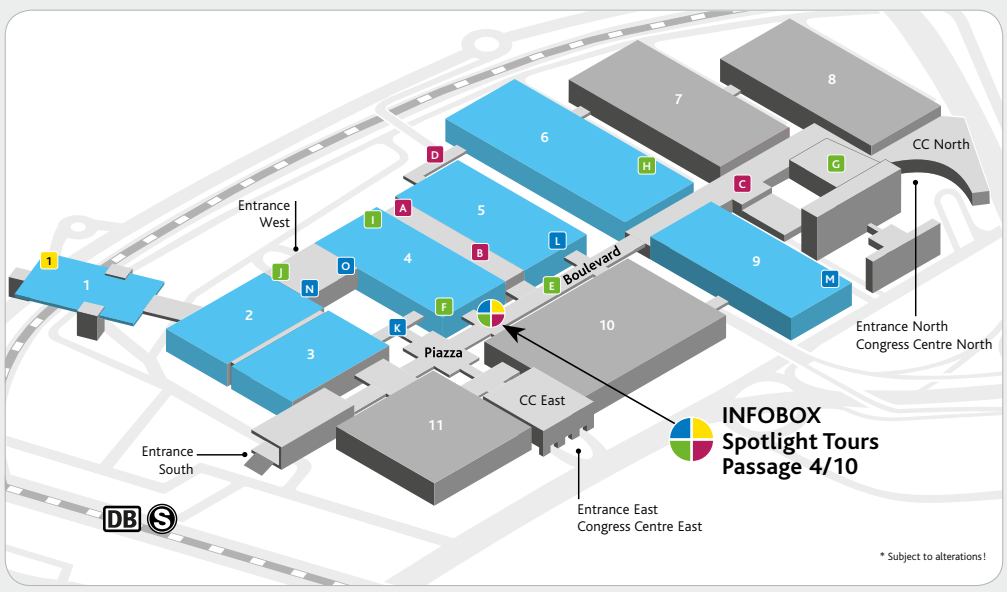
21.9. 16:30
23.9. 14:30
25.9. 12:30
26.9. 14:30

E: Blende 2010
Blende 2010
F: 360° Panorama Photographie – IVRPA
360° of Panoramic Photography – IVRPA
G: akg-images zeigt – Fotografen Selbstbildnisse
akg-images – Self Portraits of Photographers
H: Anniversary Photo Award – Hahnemühle Fine Art
Anniversary Photo Award – Hahnemühle Fine Art
I: Deutschlands bester Fotograf
Germany's best photographer
J: Beyond the Evident – Edgar E. Sacayón/FLAAR
Beyond the Evident – Edgar E. Sacayón/FLAAR

Tour 3 · Persönlich

22.9. 14:30
23.9. 16:30
24.9. 16:30
25.9. 14:30
26.9. 10:30 + 16:30

K: UNICEF – Foto des Jahres „Kinder. Die Gegenwart der Zukunft"
UNICEF photo of the year "Children. The presence of future"
L: KJF – Deutscher Jugendfotopreis
German Young Photographer Prize
M: Tim Mantoani Photography „Archiving Photographic Legends"
Tim Mantoani Photography "Archiving Photographic Legends"
N: Henrik Malmström Photography „On Borrowed Time"
Henrik Malmström Photography "On Borrowed Time"
O: JCII Masaya Nakamura „WOMAN"
JCII Masaya Nakamura "WOMAN"



Änderungen vorbehalten. Alle Angaben ohne Gewähr.
Subject to change. All information without guarantee.

MULTICAMS | *MULTICAMERAS*

Die Multis kommen

The multimedia cameras are coming

Kodak Play Touch

Eine neue Kamerakategorie erobert den Weltmarkt. Mit den neuen Multicams zum Filmen und Fotografieren wird dass Teilen von Erlebnissen noch einfacher und schöner.

A new type of camera is seizing the global market. Sharing experiences will be even easier and nicer with the new multimedia cameras designed for both filming and photographing.

Kodak, Panasonic oder Sony. Alle haben sie und alle wollen sie haben: Die niedlichen kleinen Multimedia-Kameras für das einfache Aufnehmen von Videos und Fotos, die sich zudem auch noch schnell und bequem ins Web stellen lassen.

Kodak präsentiert mit seiner neuen Play Touch Videokamera mit Touchscreen-Bedienung ein kompaktes HD-Modell, bei dem der Anwender mit einem Fingerwisch durch seine Full-HD-Filme blättern kann. Die Kamera gefällt schon durch ihr ansprechendes Design. Sie besitzt aber auch eine ganze Reihe interessanter technischer Features wie Bildstabilisation, LCD-Entspiegelung oder der externe Mikrofonanschluss. Durch eine neuartige Editierfunktion und den speziellen Kodak Share Button lassen sich die gespeicherten Erinnerungen einfach und schnell mit anderen teilen.

Bunt treibt es Panasonic mit seiner neuen TA1, die sich der Besitzer durch selbst zu gestaltende „Skins“ im Aussehen seinem individuellen Geschmack anpassen kann. Das Video-Foto-Webcam-Multitalent gibt es standardmäßig in vier verschiedenen Farben. Doch für den individuellen Wunschlook bietet Panasonic TA1-Käufern die Möglichkeit, ihre Kamera mit 45 Skin-Designs dem eigenen Geschmack anzupassen. Die Kamera im Palm-Format liefert bei einfacher Bedienung High Definition Bilder, die sich ganz einfach auf YouTube oder Facebook hochladen lassen. Skype-Nutzer können die TA1 auch als Webcam für kostenfreie Videoanrufe einsetzen.

Als jüngstes Mitglied der Bloggie Familie bringt Sony die stylische „Bloggie Touch“. Sie ist mit einem großen Touchscreen ausgestattet und kann 360 Grad Panoramavideos aufnehmen. Ein integrierter USB-Anschluss dient zur problemlosen Übertragung der Bildern auf den PC. Mit der in der Kamera vorhandenen Software lassen sich Fotos und Videos ganz leicht hochladen und mit Freunden teilen. ■

Sony Bloggie Touch

Kodak, Panasonic or Sony. They all have them and everyone wants them: the cute and little multimedia cameras for easily taking photos and making videos that can also quickly and simply be put online.

With its new Play Touch video camera with touchscreen operation, Kodak presented a compact HD model where users can scroll through the full HD images with the swipe of finger. The camera's attractive design is very pleasing. It also possesses a number of interesting technical features such as image stabilization, LCD antireflexion-coating and an external microphone connection. Its novel editing function and special Kodak Share Button allow the saved memories to be quickly and easily shared with others.

Panasonic carries on colourfully with its new TA1, which allows owners to adjust its appearance according to their own individual tastes with self-designed "skins". The video-photo-webcam all-rounder comes in four different standard colours. But to get their own desired look, buyers have the possibility to personally customize the Panasonic TA1 to their own liking with 45 skin designs. The Palm-like format of the camera offers high definition images with simple handling, which can be uploaded very easily to YouTube or Facebook. Skype-users can also use the TA1 as a webcam for free-of-charge video calls.

The newest member of Sony's Bloggie family is the stylish "Bloggie Touch". It has a large touchscreen and can take 360 degree panoramic videos. An integrated USB connection can be used for the trouble-free transferring of images to a PC. The camera software allows photos and videos to be easily uploaded and shared with friends. ■

Panasonic TA1

SCHNEIDER-KREUZNACH

Neue Tilt-Shift-Objektive | *New tilt-shift lenses*

Schneider-Kreuznach PC-TS Super-Angulon 2,8/50 MH

Schneider-Kreuznach bringt drei neue Tilt-Shift-Objektive für digitale Spiegelreflexkameras mit Vollformat-Bildsensor auf den Markt: Das Super-Angulon 2,8/50 mm HM, Makro-Symmar 4,0/90 mm HM und das APO-Digitar 5,6/120 mm HM Aspheric. Perspektivische Kontrolle durch Verschieben und Schwenken zeichnet die neuen Objektive mit Tilt-Shift-Funktion aus. Eine besonders präzise und stabile Mechanik erlaubt das bewusste Kontrollieren sowie Verschieben der Schärfeebene und verbessert die Möglichkeiten der Bildgestaltung deutlich. Die robuste Mechanik und die für Schneider-Kreuznach charakteristische hochauflösende Optik machen die drei neuen Objektive zu universellen Werkzeugen für Berufsfotografen und begeisterte Hobbyfotografen.

Die großen Bildkreise der Objektive erlauben ein gleichzeitiges Verschieben um 12 mm und Schwenken um 8 Grad. Sowohl die Tilt- als auch die Shift-Mechanik sind um 360 Grad drehbar, sodass die jeweilige Verstellung in jede Richtung und unabhängig voneinander vorgenommen werden kann. Diese Einstellmöglichkeiten geben dem Fotografen reichlich Spielraum für eine bewusste kreative Gestaltung. Super-Angulon und Makro-Symmar wurden für DSLR-Kameras entwickelt, das APO-Digitar für Mamiya/Phase-One-Mittelformatsysteme. Weitere Informationen zur Fototechnologie von Schneider-Kreuznach gibt es auf der photokina in Halle 4.2, Stand D 021. ■

Schneider-Kreuznach PC-TS Makro-Symmar 4/90 HM

Schneider-Kreuznach has launched three new tilt-shift lenses for digital single-lens reflex cameras with full-frame image sensor: Super-Angulon 2.8/50 mm HM, Makro-Symmar 4.0/90 mm HM and APO-Digitar 5.6/120 mm HM Aspheric. The new Schneider-Kreuznach lenses feature shift and tilt movements for perspective control. Thanks to their extremely precise and stable mechanics, they enable the photographer to consciously control and shift the focal plane, creating new opportunities for image composition. The combination of these robust mechanics and Schneider-Kreuznach's characteristic high-resolution optics makes the three new lenses a universal tool for professional photographers and enthusiastic hobby photographers alike.

Due to the large image circle of the lenses, they can be shifted by 12 mm and tilted by 8 degrees simultaneously. Both the tilt and shift mechanisms can be rotated by 360 degrees so that adjustments can be made in any direction and independently of each other. These individual settings mean that the photographer has a wide scope for creative image composition. The Super-Angulon and Makro-Symmar lenses were developed for DSLR cameras and the APO-Digitar lens for Mamiya/Phase One medium-format systems. More information on photo technology from Schneider-Kreuznach at photokina in hall 4.2, booth D 021. ■

HENSEL

Profoto Air Funkauslösung „mit an Bord"
Profoto Air radio remote trigger „on board"

Profoto Air Funkauslösung jetzt bei Hensel: Entweder schon im Gerät integriert oder zusätzlich aufsteckbar – die ideale Lösung, um Profoto- und Hensel-Systeme gleichzeitig mit einer Funklösung steuern zu können. Bei allen Geräten mit vom Werk eingebauter Profoto Air Funkauslösung ist die volle Systemkompatibilität für die Geräteauslösung und die Gerätesteuerung gegeben. Außerdem können diese Geräte auch über alle weiteren kompatiblen Systemteile, z. B. Kameras von Phase One, welche mit dem selben Standard arbeiten, ferngesteuert werden. Mehrere Welten unter einem Dach und die erste herstellerübergreifende Lösung dieser Art. Synchronzeiten: bei Schlitzverschluss 1/250 s, mit Zentralverschluss 1/500s bzw. bis zu 1/1000 s, je nach Kameratyp. Bis zu 300 m Reichweite und bis zu 8 Kanäle in 6 Gruppen. Weltweite Zulassung (2,4 GHz), volle Kompatibilität aller Funktionen zwischen Profoto und Hensel. Bei den zur photokina 2010 erschienenen neuen Hensel Geräten bereits eingebaut. ■

Whether integrated in the unit or as a plug-in attachment: this is the ideal solution when simultaneous control of Profoto and Hensel systems with one radio control device is desired. All units with factory built-in Profoto Air radio remote trigger have full system compatibility concerning trigger and control of units! Additionally, these units can be remote controlled via all other compatible system components, e.g. Phase One cameras which work with the same standard. Several worlds under one roof and the first solution of this kind that allows you to use components from different manufacturers in combination. Sync time: 1/250 s with focal-plane shutter, 1/500s with between-the-lens shutter, or up to 1/1000s, depending on camera type. A range of up to 300 m and up to 8 channels in 6 groups. World-wide approval (2,4 GHz), full compatibility of all Profoto and Hensel functions! All new units introduced at the photokina include this standard. ■

Hensel auf der photokina: | ***Hensel at photokina:***
Halle 09.1 | Stand A011/A019
www.hensel.de

SIGMA

„Ich liebe SIGMA, weil ich jetzt auch für meine Kamera den Partner für´s Leben gefunden habe!"

Sophie Schütt (36), eine der beliebtesten deutschen Schauspielerinnen, ist seit Jahren leidenschaftliche Fotografin. Sowohl beruflich als auch privat ist die Künstlerin viel auf Reisen – ob Südafrika, Australien oder Europa – für die wertvollsten Augenblicke in ihrem Leben verlässt sie sich auf die Qualität von SIGMA.

NEU: SIGMA 8-16mm F4,5-5,6 DC HSM

PLUS X AWARD
BESTES PRODUKT
Objektiv des Jahres 2010

Für Kameras der Marken SIGMA, Canon, Nikon, Sony und Pentax.

Das ideale Objektiv für alle, die sich wie Sophie in ihrer fotografischen Freiheit nicht einschränken lassen wollen. In Innenräumen oder im Außeneinsatz, dieses extreme Super-Weitwinkel-Zoomobjektiv schafft Raum, wo keiner ist. Vier FLD-Glaselemente, deren Abbildungsleistung mit der von Fluoridglas gleichzusetzen ist, beseitigen die Farbfehler und unterstreichen so unser Ziel, die besten Objektive der Welt für Sie zu bauen. Mit dem brandneuen 8-16mm DC entfesseln Sie, wie auch mit den mehr als 40 weiteren SIGMA Objektiven, die Möglichkeiten Ihrer digitalen Spiegelreflexkamera.

www.sigma-foto.de

SLR Objektive

*** Such Dir neue Perspektiven**

Hundert mal gesehen und doch noch nie von dieser Seite betrachtet. Ansichten wie die Anzeigetafel im Flughafen lässt man manchmal einfach links liegen. Doch mit Deinem Distagon T* 2/35 ZK wechselst Du die Blickrichtung, lässt den Weitwinkel spielen und vertraust der Lichtstärke Deines Objektivs. So werden Bilder zu Erinnerungen, Erlebnisse zu Geschichten und Momente zu Meilensteinen.

www.zeiss.de/inner-eye

ZEISS

We make it visible.

KODAK

Bilder einfach und überall
Pictures easy and everywhere

Sie möchten einen Fotogruß per E-Mail direkt auf den digitalen Bilderrahmen schicken? Oder Fotos und Videos einfach und unkompliziert auf Facebook und anderen Plattformen veröffentlichen? Mit der neuen Generation von Kodak Produkten für digitale Fotografie und Videos ist es einfacher denn je, seine schönsten Erlebnisse und Erinnerungen mit anderen zu teilen.

You want to email a photo directly on a digital picture frame? Or share photos and videos on Facebook or other social media platforms? With a new generation of Kodak photo and video products it is even more easy to share your precious memories with others.

Kodak Pulse

Kodak M590

Die elegante Kodak Easyshare M590 ist die flachste Digitalkamera der Welt mit 5-fach optischem Zoom. Die einzigartige Share-Taste ermöglicht es dem Verbraucher, Fotos und Videos bereits auf der Kamera zu markieren, um sie später mühelos auf verschiedene soziale Plattformen hochzuladen oder sie für den E-Mail Versand an einen Pulse Bilderrahmen auszuwählen. Das moderne Design birgt eine Reihe komfortablen und nützlichen Funktionen. Dazu gehören die Gesichtsererkennung, die das Finden und Weitergeben von Bildern vereinfacht, sowie der intelligente „Smart Capture" Aufnahmemodus. Die Kodak EasyShare M590 ist in den Farben Silber, Rot, Violett und Blau erhältlich.

Der innovative digitale Bilderrahmen Kodak Pulse mit 10-Zoll-Display, W-LAN-Fähigkeit und eigener E-Mail-Adresse bietet dem Nutzer die Möglichkeit, Fotos direkt an den Bilderrahmen zu schicken sowie eine Verbindung zu Fotoalben auf Facebook und der Kodak Gallery herzustellen. Fotos können vom PC, Handy oder jedem E-Mail-fähigen Gerät direkt auf den Pulse Bilderrahmen geschickt werden.

Mit der handlichen und stylischen PlayTouch HD-Videokamera entstehen hochauflösende Videos und Fotos im Handumdrehen. Die schlanke Kodak PlayTouch HD-Videokamera verfügt unter anderem über einen 7,6 cm (3 Zoll) großen Touchscreen, die Kodak Share-Taste, High Definition Qualität (1080p) und eine integrierte Editierfunktion. Der Anwender kann die Kamera direkt über den integrierten USB-Arm mit dem Computer verbinden. So ist es besonders einfach und unterhaltsam, die schönsten Erinnerungen festzuhalten und mit anderen zu teilen. ■

The new Koak Easyshare M590 Digital Camera is the world's thinnest 5x optical zoom digital camera and the ultimate social networking accessory for people who love to share their pictures. With Kodak's exclusive Share Button, consumers can tag pictures and videos directly on the camera for effortless uploading to popular social networking sites. Pictures can also be tagged to email and to send to any Kodak PulseDigital Frame. Once the camera is connected to the computer, pictures and videos are automatically sent to the tagged destinations, saving valuable time and effort.

Kodak is also introducing a larger size for its popular and award-wining Kodak Pulse Digital Frame. With Wi-Fi connectivity and a customizable email address, the 10-inch Pulse makes it easy for consumers to keep their frames fresh with new pictures and share with family and friends. Pictures can be emailed directly to the Pulse Frame from mobile phones, computers and any device with email capability. It also connects to Facebook and Kodak Gallery sites, offers easy set-up with no software to install, and has an intuitive touchscreen interface.

Kodak is also introducing a sleek and stylish addition to its award-winning digital video camera portfolio. The pocket-size Kodak PlayTouch Video Camera features a 3-inch capacitive touchscreen so consumers can easily glide through their HD videos with the swipe of a fingertip. With new on-camera editing and Kodak's exclusive Share Button, the PlayTouch Video Camera makes it easy for consumers to share their favorite moments with friends and family in full 1080p HD. ■

Kodak PlayTouch

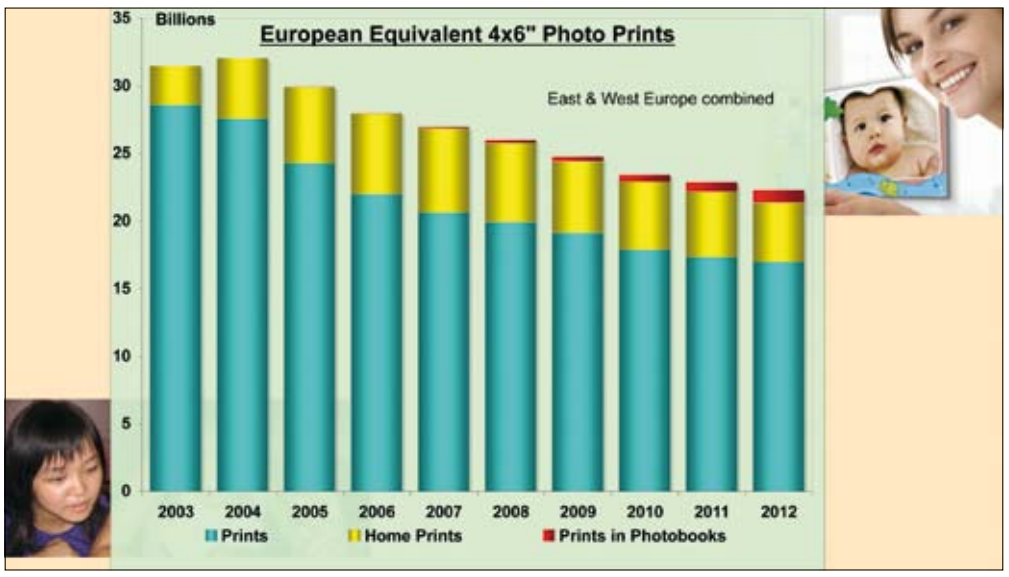
Besuchen Sie Kodak auf der photokina:
Visit the Kodak booth at photokina:
Halle 05.2 | Stand E020/F029
www.kodak.de

GFK

Das neue digitale Ökosystem | *The new digital ecosystem*

Das GfK Market Briefing „The Photo Output Market in Europe“ betonte die Bedeutung margenstarker Fotoprodukte und sieht vor allem die Onsite-Kioske als treibende Kraft in einem sich radikal wandelndem Markt.

The GfK market briefing “The Photo Output Market in Europe” emphasized the importance of high-profit photo products and envisions most notably onsite kiosks as a driving force in this radically changing market.



Grafik 1

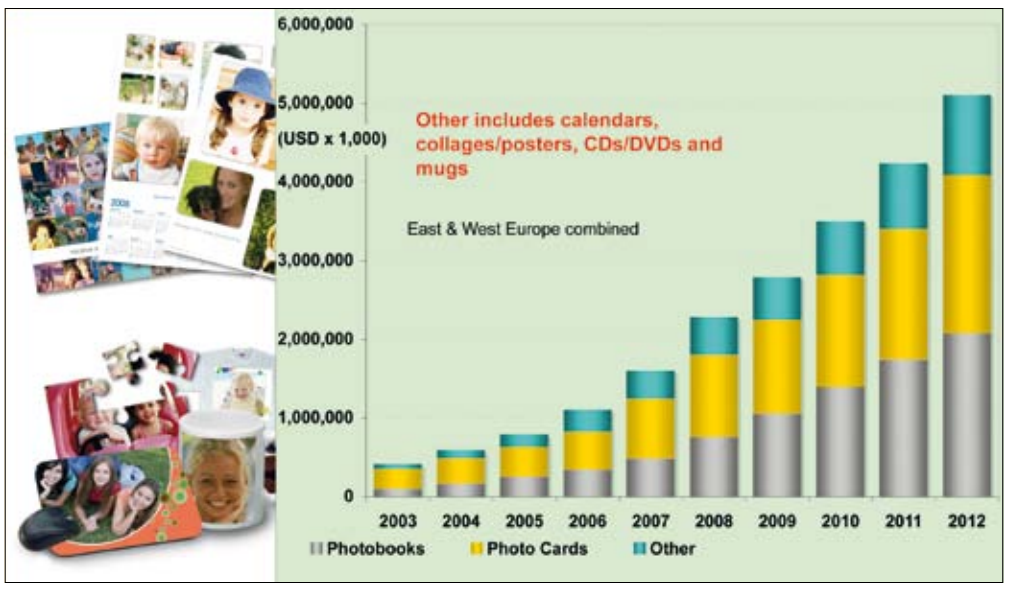
Die Mechanismen sind bekannt: Während die Zahl der gemachten (und gespeicherten) Prints explodiert – von unter 40 Mrd. im Jahre 2003 auf aktuelle über 70 Mrd. und geschätzte 80 Mrd. im Jahre 2012 – sinkt die Zahl der Standardprints kontinuierlich. Nicht mehr so dramatisch wie gegen Mitte des Jahrzehnts (zwischen 2004 und 2006 allein von ca. 20 Mrd. auf etwas mehr als 15 Mrd.). Doch die Tendenz zeigt weiterhin nach unten – selbst wenn man die Prints in Fotobüchern als Äquivalente mit einrechnete **(Grafik 1)**.

Dass Fotobücher zu den Gewinnern der jüngsten Marktentwicklungen zählen, ist kein Geheimnis: Seit dem Launch dieser Produktgruppe Anfang des Jahrzehnts ist die Zahl der in Gesamteuropa on- wie offsite gefertigten Fotobücher auf derzeit über 15 Mio. Exemplare angewachsen, wie Don Franz von der Photofinishing News International Consulting Group während des GfK-Briefings „The Photo Output Market in Europe“ darlegte. Bis 2012 prognostizierte Franz einen Anstieg auf rund 23 Millionen Stück. Überhaupt ist die Verlagerung der Verbraucherpräferenz hin zu höherpreisigen und damit erlösstärkeren Fotoprodukten eindrucksvoll: Lag der kumulierte Gesamtumsatz für Fotobücher, Fotogrußkarten und weitere personalisierte Foto(fun)produkte wie Kalender, Poster, DVDs und Tassen 2005 in Europa noch unter 1 Mrd. US-Dollar, hat er die 3-Mrd.-Dollar-Grenze längst überschritten und wird 2012 der Prognose zufolge die 5-Mrd.-Dollar-Hürde reißen **(Grafik 2)**.

Gestaltungswille der Kiosk-Kunden unterschätzt

Bemerkenswert sind auch die Zahlen in Sachen Onsite-Bilderproduktion: Während die Anzahl der installierten Minilabs seit dem Peak 2007 kontinuierlich schrumpft, steigt der Anteil an Fotokiosks in Europa überdurchschnittlich – vor allem derjenigen mit angeschlossenen Druckern **(Grafik 3)**.

Apropos Kiosks: Mit einem Mythos rechnete Franz definitiv ab: dem, dass die Konsumenten keine Zeit mit dem Gestalten von Fotoprodukten verbringen wollten. Im Gegenteil: Der Fotofinishing-Experte zeigte eine klare positive Korrelation zwischen der Verweildauer der Kunden am Kiosk und dem von ihnen ausgegebenen Betrag auf. Franz' Handlungsempfehlung: Hinreichend Kiosks am POS zur Verfügung stellen, damit keine Wartezeiten entstehen.



Grafik 2

Als treibende Kräfte für die Weiterentwicklung „des neuen digitalen Ökosystems aus Screens, Pages und Prints“ hob Franz doppelseitige Druck-Systeme auf Silberhalogenid-, Inkjet- und elektrophotographischer Basis ebenso hervor wie Verkaufsförderungsmaßnahmen für Fotobücher und andere personalisierte Fotoprodukte oder neue Infrastrukturen für online-basierte „Print-to-Retail“-Services und Nutzer sozialer Netzwerke. Auch neue „Konzept“-Stores, die den Verbraucher emotional und kreativ stärker einbinden, böten Chancen. Eine Idee für den letzten Punkt hatte er gleich parat: „Warum“, so Franz, „bieten wir den Kids am Kiosk nicht mehr Fun – etwa mit Morphing-Funktionen, die sie dazu animieren, von sich und ihren Freunden witzige Bilder gleich am POS auszudrucken?“ ■

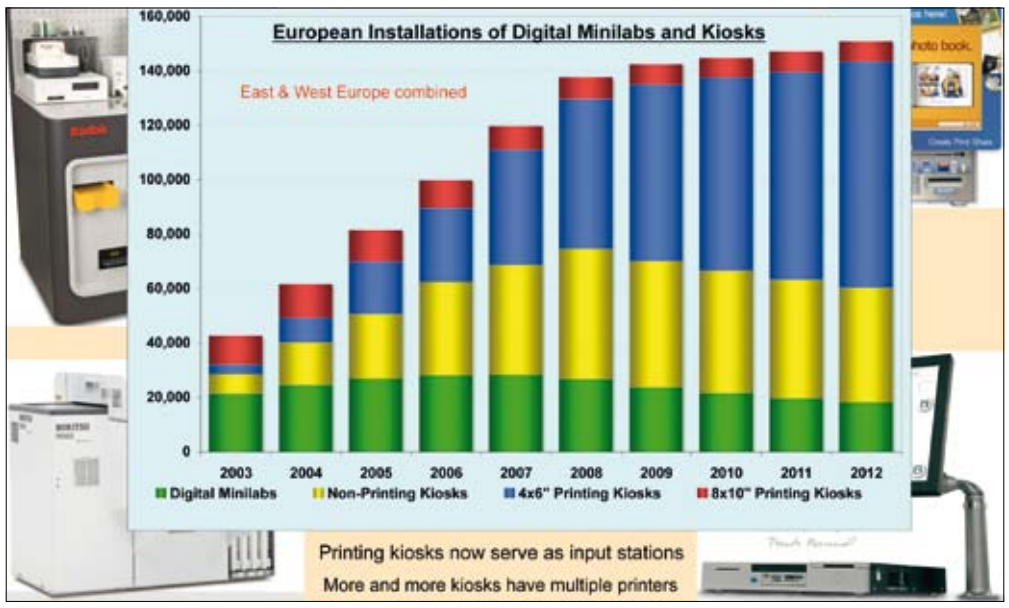
*It's well-known that while the number of photos taken and saved is exploding – from just under 40 billion in 2003 to currently 70 billion today and to an estimated 80 billion in 2012 – the number of standard prints continues to sink. Not as dramatically as during the middle of the decade (from 20 billion down to just over 15 billion between 2004 and 2006 alone). However, the tendency continues to point downward – even when prints in photo books are figured in as an equivalent **(Graphic 1)**.*

*It's no secret that photo books are among the winners of the emerging market trends: the number of photo books produced both onsite as well as offsite in Europe since the launch of this product group at the beginning of the decade has grown to currently over 15 million. This fact was presented by Don Franz of Photofinishing News International Consulting Group during the GfK briefings. By 2012, Franz predicts an increase to around 23 million. Even the shift in consumer preference to more highly priced and, therefore, high revenue photo products is impressive: even if the cumulative total revenue in Europe for photo books, photo greeting cards and other personalised fun photo products such as calendars, posters, DVDs and mugs was under one billion US Dollars in 2005, it has now already exceeded 3 billion Dollars and according to the predictions will surpass 5 billion Dollars in 2012 **(Graphic 2)**.*

Creative desires of kiosk customers underestimated

*The data about onsite photo production is also noteworthy: while the number of minilabs installed since the peak in 2007 has continually declined, the number of photo kiosks in Europe has risen overall – especially those with attached printers **(Graphic 3)**.*

Speaking of kiosks, Franz definitely wants to clear the myth that consumers don't want to spend any time on the design of photo products. On the contrary, the photo-finishing expert showed a clear and positive correlation between the amount of time the customer spends at the kiosk and the amount they end up paying. Franz's recommendation for retailers: offer enough kiosks at the POS, so no waiting time occurs.



Grafik 3

Franz stressed silver halide, inkjet and electrophotographic double-sided printing systems as driving forces for the development of “the new digital ecosystem of screens, pages and prints”. He also pointed out sales promotion measures for photo books and other personalised photo products, as well as new developments for online-based “Print-to-Retail” services and social networking users. New “concept” stores that integrate the consumer more emotionally and creatively also offer possibilities. To emphasize this, Franz questioned, “Why don't we offer kids on kiosks more fun – like morphing functions which encourages them to print photos of themselves and their friends directly at the POS?” ■

MARKTANALYSE

by Heiner Henninges

Ja wo kaufen sie denn …? | *Where is the Beef …?*

Die Wachstumsmärkte für Imaging-Produkte verlagern sich. Neue aufstrebende Länder und Regionen wie Asien, China oder Lateinamerika rücken in den Fokus. Gleichzeitig verändert sich weltweit das Kaufverhalten der Verbraucher und unterschiedliche Märkte verlangen nach abweichenden Produktkategorien. Eine zusätzliche Herausforderung für Handel und Industrie.

The emerging markets for imaging products are shifting. Newly aspiring countries and regions such as Asia, China or Latin America are moving into the spotlight. At the same time, consumer behaviour is changing worldwide and various markets are calling for new product categories. An additional challenge for trade and industry.

Das war einmal: Der Kunde geht in ein Fachhandelsgeschäft, um sich zu informieren, welche aktuellen Produkte am ehesten seinen Bedürfnissen entsprechen. Einkäufe waren Erlebnisse, die auch von Entdeckungen und Überraschungen geprägt waren. Das ist jetzt anders. Wenn Kunden heute einen Laden betreten, dann haben sie bereits eine Vorauswahl getroffen. Sie haben sich in der Regel im Internet über die Features der in Frage kommenden Geräte vorinformiert und wollen sich nun kundig machen, wie diese in der Realität aussehen. Auch bezüglich der Preisspannen haben sich die meisten bereits im Web kundig gemacht und wissen, wieviel ein Produkt maximal kosten darf. Warum kaufen sie dennoch nicht im Online-Shop und warum sind sie manchmal sogar bereit, mehr Geld auszugeben? Und welche Produktkategorien des Imaging-Marktes werden online bestellt und welche im stationären Handel? Sind es unterschiedliche Käufergruppen, die eine Einkaufsquelle bevorzugen, oder sind es bestimmte Produkte, die man lieber auf die eine oder die andere Weise ersteht?

Vorabinformation online

Imaging-Produkte sind mehr und mehr Lifestyle-Produkte, die zur individuellen Lebensqualität beitragen. Sie sind deshalb meist nur dann besonders preissensitive, wenn ein Massenbedürfnis durch technologischen Umbruch geweckt wurde und es darum geht, möglichst schnell und preiswert von den neuen Segnungen der Technik zu profitieren. Die Bedeutung des Internets für die Vorinformation der Kunden wächst kontinuierlich. In Deutschland informieren sich heute bereits 79 Prozent der Käufer, bevor sie in ein Geschäft gehen, häufig oder gelegentlich im Internet. Das hat eine Studie ergeben, die im Auftrag des High-Tech-Verbands Bitkom durchgeführt wurde. Für die Studie wurden repräsentativ 1000 Personen ab 14 Jahre befragt.

Prof. Dr. August-Wilhelm Scheer

„Das Internet ist die wichtigste Informationsquelle bei Kaufentscheidungen geworden“, sagte Bitkom-Präsident Prof. Dr. August-Wilhelm Scheer. Die größte Bedeutung haben dabei laut Umfrage die Webseiten der Händler und Hersteller. Auf diesen Seiten informieren sich immerhin 47 Prozent der Internetnutzer, um Ausstattungsmerkmale und Preise zu erfahren. Fast die gleiche Bedeutung haben Preisvergleichsportale und Testberichte in Online-Medien. Sie werden von 41 Prozent der Befragten konsultiert. Als weitere Online-Entscheidungshilfen wurden Verbraucherportale, die von 17 Prozent der Befragten genutzt werden, sowie Foren und Blogs mit 9 Prozent genannt.

„Eine große Rolle bei der Kaufentscheidung spielen inzwischen die Erfahrungen anderer Kunden“, sagte Scheer. So lesen 48 Prozent der Internetnutzer vor einem Kauf die Bewertungen anderer Kunden. Etwa 31 Prozent der Befragten bestätigte, dass die Meinung anderer Verbraucher ihre Kaufentscheidung direkt beeinflussen würde. Viele der Internetnutzer – die Bitkom beziffert diese Gruppe auf knapp ein Fünftel – veröffentlichen Bewertungen zu Produkten oder Dienstleistungen. Scheer: „Die Konsumenten können sich im Web vor einem Kauf ein umfassendes Bild über Produkte, Preise und die Erfahrungen anderer Kunden machen.“ Die Umfrage zeigte aber auch das Problem des stationären Handels. Er dient nämlich für 68 Prozent der Verbraucher regelmäßig als Informationsquelle für Produkte, die aber dann doch online dort gekauft werden, wo sie am günstigsten sind.

Aufklärungsbedarf

„Viele Verbraucher schätzen die persönliche Beratung oder wollen die Produkte vor der Anschaffung zunächst sehen und ausprobieren. Der Kauf erfolgt zum Leidwesen des stationären Fachhandels in vielen Fällen aber online“, sagt Dr. August-Wilhelm Scheer. Ein Grund dafür sei die Annahme, dass im Internet alles billiger ist. „Online-Shopping ist nicht grundsätzlich günstiger als der stationäre Einzelhandel“, betonte Scheer. Hier ist auch Aufklärungsbedarf festzustellen. Beim Preisvergleich und der Kaufentscheidung sollten Verbraucher wissen, dass neben dem Preis und einer guten Beratung auch die Kriterien Versandkosten, Lieferzeit sowie Installations- und Reparaturservice zu berücksichtigen sind.

Constanze Clauß, Geschäftsführerin der Prophoto GmbH, weist darauf hin, dass viele Käufer ihr Einkaufsverhalten ändern, je nachdem, was sie zu kaufen planen. „Foto und Imaging sind in den letzten Jahren zu Lifestyle-Produkten avanciert und dementsprechend, so zeigen die Prophoto-Verbraucheranalysen, ändert sich auch das Einkaufsverhalten,

aber auch das Alter der Klientel und die Ansprüche an den Verkaufsort. Es geht den Kunden nicht immer nur um die Befriedigung echter Bedürfnisse“, so die Geschäftsführerin. „Fotoprodukte tragen zur Lebensqualität bei und sind Ausdruck des individuellen Lebensstils. Deshalb halte ich es für den stationären Handel für überlebenswichtig, nicht nur Beratung und Information der Kunden zu pflegen, sondern auch für ein emotionales Einkaufserlebnis zu sorgen.“ Für Constanze Clauß hängt der Erfolg im stationären Handel auch davon ab, genau die Produkte anzubieten, die Lifestyle und Individualisierung signalisieren, Dinge, die man nicht als Schnäppchen von der Palette ergattert hat, sondern Geräte, die man sich leistet, um sich daran zu freuen.

Ein weiteres Argument für die Sonderstellung und Überlebenschancen des Fotofachhandels ist seine spezielle Kompetenz für die After-Sales Betreuung. Vor allem im Boom-Sektor der Systemkameras kommt hier eine spezielle, sehr häufig unterschätze Kompetenz zum Tragen. Anders als jede Internetseite kann der Fachhandel Systemkäufer binden und zu Stammkunden machen. Zu seinem eigenen Wohl und zum Wohl der von ihm vertriebenen Marken. Nur er kennt wirklich die Interessen, Wünsche und Ziele der Kunden und kann sie ganz individuell beim Ausbau ihrer Fotoausrüstung beratend begleiten.

Constanze Clauß

Das Misstrauen des Handels gegenüber neuen Technologien, sein Warten darauf, bis sich ein Trend zu Mode entwickelt hat, hat sich in der von Veränderungen getriebenen Imaging-Branche immer wieder als gefährlicher Stolperstein erwiesen. Noch immer haben viele nicht erkannt, dass der Imaging-Markt nicht nur aus Kameras besteht. Einen wesentlichen Teil machen die bisher branchenfremden Peripherie und Zubehörgeräte aus. Dazu zählen Fernseher, Projektoren, Displays, Scanner, Drucker, PCs, Speichergeräte und Software und PCs. Alles Dinge, die Fotografen brauchen. Aber wo bekommen sie das? Am besten doch dort, wo sie auch ihre übrige Ausrüstung kaufen. ■

Once upon a time customers went to specialized retail stores to get informed about which current products best met their needs. Shopping was an experience full of discoveries and surprises. Things are different now. When customers enter a store today, they've already made a preliminary selection. They've usually gathered information about the features of possible products and then want to see them in reality. Also, most have already researched the range of prices and know how much a product may cost at most. Why don't they end up making the purchase online and why are they sometimes even prepared to spend more? Which imaging products are ordered online and which ones are pur-

chased in retail shops? Are there different consumer groups who prefer one way of shopping or are there specific products that are purchased more often one way than the other?

Getting Informed Online

Imaging products are turning more and more into lifestyle products that contribute to the personal quality of life. They are, therefore, usually only price sensitive when a break in technology rouses a need of the mass market and the objective is to profit as quickly and inexpensively as possible from this technological change. The importance of the Internet's role in how consumers read up on product information continually increases. 79 per cent of consumers in Germany today frequently or occasionally gather information from the Internet before they go to a store. This was shown by a representative study carried out on behalf of the high-tech association Bitkom in which 1000 people aged 14 and older were questioned.

"The Internet has become the most important source of information for purchase decisions", says Bitkom president, Prof. Dr. August-Wilhelm Scheer. According to the survey, retailer and manufacturer websites are the most popular. 47 per cent of Internet users inform themselves about product features and prices on these sites. Almost as significant are price comparison websites and online media test reports, with 41 per cent of those interviewed consulting these sites. Additionally mentioned online decision-making aids were both consumer-based portals, used by 17 per cent of those questioned, as well as forums and blogs, used by 9 per cent.

"Other customers' experiences now play a major role in the purchase decision", explains Scheer. 48 per cent of Internet users read customer reviews before making a purchase. Approximately 31 per cent of those questioned confirmed that the opinions of other consumers directly influence their own buying decisions. According to Bitkom, approximately one-fifth of Internet users publish reviews of products or services. "Consumers can get a broad picture online about products, prices and the experiences other consumers have made", claims Scheer. However, the survey also showed the challenges retail stores have. 68 per cent of consumers continue to use retail stores to find out more information about products that will then be purchased online where they are less expensive.

Raising Awareness

"Many consumers value individual advice or want to see and test a product before they purchase it. To the detriment of retail stores, however, purchases are often made online", says Dr. August-Wilhelm Scheer. One reason for this is the assumption that everything is cheaper online. "Online shopping isn't fundamentally less expensive than in retail stores", stresses Scheer. This message needs to be spread. When it comes to price comparison and purchase decision, consumers should not only consider price and competent advice, but also other criteria such as shipping costs, delivery time, and installation or repair services.

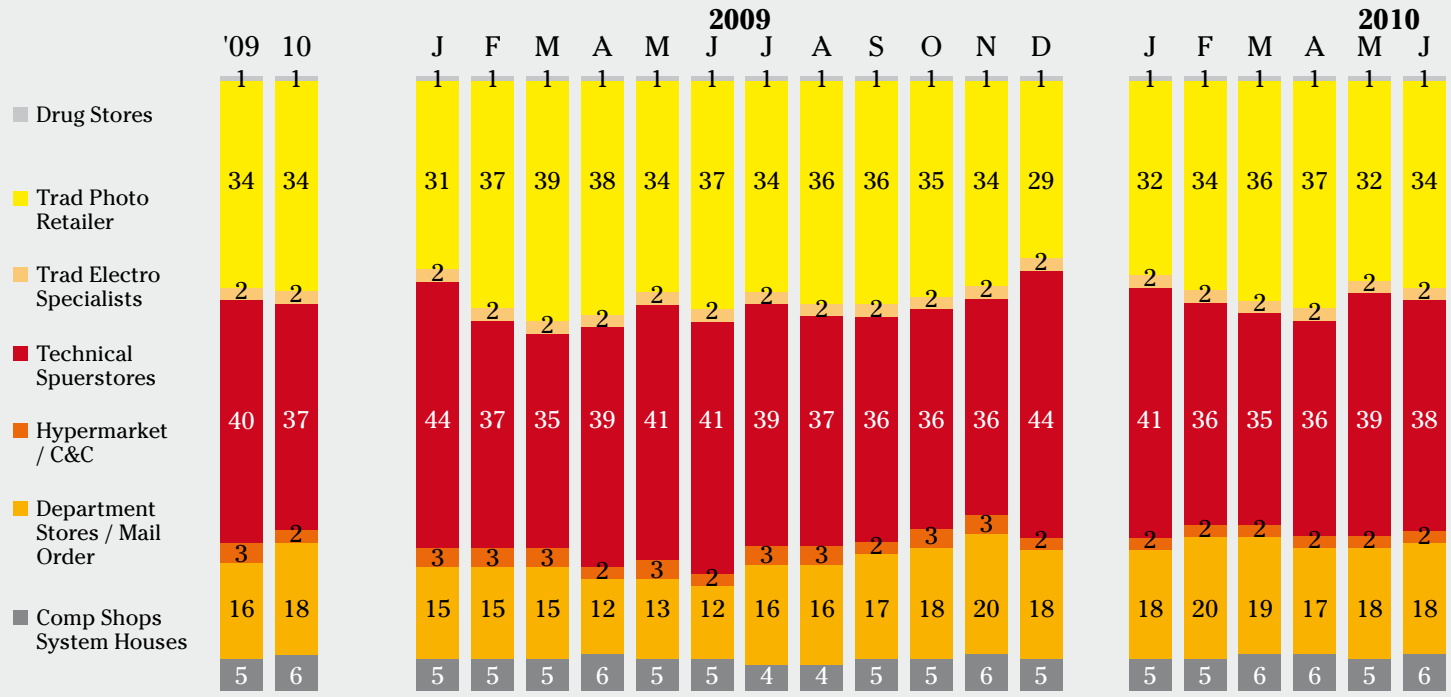
Constanze Clauß, executive manager of Prophoto GmbH, points out that many consumers change their purchasing behaviour depending on what they are planning on buying. "Photo and imaging have advanced to lifestyle products in recent years and Prophoto consumer research correspondingly shows changes in not only the purchasing behaviour, but also in the age of clients and the requirements on the point of sale. For consumers, it's not only about fulfilling a need", says Clauß. She adds, "Photo products contribute to the quality of life and are an expression of individual lifestyle. Therefore, it's crucial for the survival of retail stores that they not only continue to provide customers with advice and information but also create an emotional shopping experience." According to Constanze Clauß, the success of retail stores depends on offering exactly the products that signalize lifestyle and individualisation. Not items snapped up off the pallet as bargain buys, but rather equipment purchased to be pleased about.

Its special competence in after-sale support is what gives photo retail shops an exception position and a chance of survival. Especially in the booming system camera sector, retails stores have a special yet frequently underestimated competence. Unlike any website, they can bond with system camera buyers and turn them into loyal customers. For their well-being and for the well-being of the brands they sell. Only retail stores really know their customers' interests, wishes and ambitions and can provide personal advice on upgrading the customer's photo equipment.

Retailers' mistrust towards new technology and waiting until a trend develops into a style have proven over and over again to be dangerous stumbling blocks in the change-driven imaging branch. Yet many haven't recognized that the imaging market not only consists of cameras. An essential part is made up of peripheral and accessory equipment, which, up to now, were products in other retail sectors. These include televisions, projectors, displays, scanners, printers, PCs, storage devices and software. All products that photographers need. And where can they get these? At best where they also purchase the rest of their equipment. ■

Photo Sales Value 2009 - 2010

GfK-Panel-Market – Germany –* Channel Development


2009
2010
'09 10
J F M A M J J A S O N D
J F M A M J
Drug Stores
Trad Photo Retailer
Trad Electro Specialists
Technical Spuerstores
Hypermarket / C&C
Department Stores / Mail Order
Comp Shops System Houses
Sales Mrd €
Sales Cum.
2,22 1,06
0,19 0,13 0,15 0,16 0,20 0,18 0,21 0,17 0,15 0,17 0,17 0,33
0,19 0,32 0,48 0,64 0,84 1,02 1,23 1,40 1,55 1,72 1,89 2,22
0,20 0,14 0,16 0,17 0,20 0,19
0,20 0,34 0,50 0,67 0,87 1,06

* Films, Digitale Cameras, Memory Cards, analogue Cameras, Image Accessoires, Photo Printer, Photopaper >150gr

Aktuelle Prophoto-Foto- und Imaging-Verbraucheranalyse 2010 (diese läuft noch bis Oktober, derzeit 1.304 Teilnehmer)
Current Prophoto-photo- and imaging-consumer analysis in 2010 (runs until October, currently 1304 participants)

Was entscheidet Ihre Kaufentscheidung: Marke | *What decides your buying decision: Brand*

	Anzahl der Befragten *Number of respondents*	Abfrage m *Query m*	Abfrage w *Query f*	Abfrage m/w *Query m/f*	Prozent m zu Abfrage *Percent m to query*	Prozent m zu m Abfrage *Percent m to m query*	Prozent w zu Abfrage *Percent f to query*	Prozent w zu w Abfrage *Percent f to f query*	Prozent m/w zu Gesamtbefragten *Percent m/f to total respondents*
Jünger als 15 Jahre *Younger than 15 years*	151	62	46	108	57%	73% 62 / 85	43%	70% 46 / 66	72%
Zwischen 15 und 20 Jahren *Between 15 and 20 years*	244	58	131	189	31%	76% 58 / 76	69%	78% 131 / 168	77%
Zwischen 21 und 25 Jahren *Between 21 and 25 years*	69	22	29	51	43%	85% 22 / 26	57%	67% 29 / 43	74%
Zwischen 26 und 30 Jahren *Between 26 and 30 years*	59	20	19	39	51%	63% 20 / 32	49%	70% 19 / 27	66%
Zwischen 31 und 35 Jahren *Between 31 and 35 years*	62	26	27	53	49%	96% 26 / 27	51%	77% 27 / 35	85%
Zwischen 36 und 40 Jahren *Between 36 and 40 years*	88	30	39	69	43%	75% 30 / 40	57%	81% 39 / 48	78%
Zwischen 41 und 45 Jahren *Between 41 and 45 years*	138	74	38	112	66%	87% 74 / 85	34%	72% 38 / 53	81%
Zwischen 46 und 50 Jahren *Between 46 and 50 years*	121	51	49	100	51%	75% 51 / 68	49%	92% 49 / 53	83%
Zwischen 51 und 55 Jahren *Between 51 and 55 years*	120	67	24	91	74%	80% 67 / 84	26%	67% 24 / 36	76%
Zwischen 56 und 60 Jahren *Between 56 and 60 years*	106	50	29	79	63%	78% 50 / 64	37%	69% 29 / 42	75%
Über 60 Jahre *Over 60 years*	138	89	24	113	79%	86% 89 / 104	21%	71% 24 / 34	82%
Gesamt	***Total***	**1304**	**549**	**455**	**1004**	**55%**	**79%**	**45%**	**75%**	**77%**

VISUAL GALLERY – STEPHANIE SINCLAIR

Liebe auf Befehl | *Love on command*

Vor allem in Afrika südlich der Sahara und in Südasien sind Kinderehen verbreitet. Die amerikanische Fotojournalistin Stephanie Sinclair betrachtet diese Tradition in ihrer Fotoreportage „Kinderbräute“ kritisch.

The works to be shown at the Visual Gallery are part of an ongoing series of photographs of child marriages that Stephanie Sinclair took between 2003 and 2007.

Faiz Mohammed, 40, and Ghulam Haider, 11, sit in her home prior to their wedding in the rural Damarda Village, Afghanistan on Sept. 11, 2005.

A rose is held up to the face of Rokhshana Rahimi who is near death at Herat Public Hospital in Herat, Afghanistan on May 25, 2005.

Zwangsheirat und Gewalt sind Themen, mit denen sich Stephanie Sinclair in ihren Arbeiten beschäftigt. Im Rahmen der Visual Gallery werden Auszüge aus ihrer Serie „Kinderbräute“ ausgestellt, für die sie mit dem „Unicef-Foto des Jahres“ ausgezeichnet wurde. Entstanden sind die Aufnahmen zwischen 2003 und 2007 in Afghanistan, Nepal und Äthiopien. Mit ihren Bildern macht die amerikanische Fotografin, geboren 1973, auf die Problematik aufmerksam, dass laut Unicef rund 82 Millionen Mädchen zwischen zehn und 17 Jahren mit sehr viel älteren Männern verheiratet werden – viele gegen ihren Willen. Als Folge sind die jungen Frauen nicht selten häuslicher Gewalt und gefährlich frühen Schwangerschaften ausgesetzt. Stephanie Sinclairs Bild- sowie Text-Beiträge – sie hat Journalistik und Fotografie studiert – erscheinen regelmäßig in Magazinen wie National Geographic, The New York Times Magazine und dem Stern. ■

According to UNICEF, approximately 82 million girls who are now between the ages of ten and 17 will be married before they turn 18 – and many of them against their will. Child marriages are particularly widespread in Sub-Saharan Africa and in South Asia. The tradition of child marriage robs most of these girls of the chance to have a normal life, frequently hinders friendships with young people their own age, denies them a right to education, forces the young women to be submissive, and subjects them to domestic violence and pregnancies that are dangerous due to their young ages. Born in 1973, Stephanie Sinclair graduated from the University of Florida with a bachelor's degree in journalism. Sinclair's work regularly appears in National Geographic, The New York Times Magazine, Time, Newsweek, Stern, Marie Claire, the German-language edition of Geo and other publications. ■

Visual Gallery
Öffnungszeiten 10h - 18h
Opening hours 10 am - 6 pm
Halle 1
www.visualgallery.de

© All Photos by Stephanie Sinclair, www.stephaniesinclair.com

PRIOLITE

Die Revolution im Lichtbereich
Revolution in lighting

Die Würzburger Priolite GmbH zeigt auf der photokina erstmals ihre neuen innovativen Lichtsysteme für die Fotografie von morgen: Der Einsatz von LEDs, Li-Ionen Akkus und bidirektionaler Fernbedienung sorgt in der Branche für Aufsehen. Damit trägt die Firma Priolite dem Trend zu größerer Mobilität in der professionellen und anspruchsvollen Amateurphotografie Rechnung.

Bereits zum Start überzeugt Priolite mit zwei Modellen. Das Model M500 verfügt über eine ultraschnelle Ladezeit, kurze Blitzzeiten und kann weltweit an das vorhandene Stromnetz angeschlossen werden. Das Model MB500 verfügt über 500 Ws und benötigt keinen Stromanschluss, da die Stromversorgung durch einen internen Hochleistungs- Li-Ionen Akku gegeben ist. Beide Geräte sind bereits mit einem 2.4 GHz Funkmodul ausgerüstet. In Verbindung mit der Priolite Fernbedienung können bis zu 36 Geräte individuell und über große Entfernungen gesteuert werden. Die Leistungseinstellungen der Geräte werden auf der Fernbedienung angezeigt, sodass ein sehr komfortables und innovatives Arbeiten möglich ist.

Für beide Geräte steht bereits jetzt umfangreiches Zubehör wie Reflektoren, Softboxen oder Octaformboxen zur Verfügung. Weiterer Clou der Priolite Produkte: Durch die ausgeklügelte Anschlussmechanik können zusätzlich verschiedene Hensel Reflektoren sowie Bowens Zubehörteile vom S-Typ verwendet werden.

Das Produktprogramm wird zügig ausgebaut. Das nächste Highlight: Zum Jahresende wird das Würzburger Unternehmen einen mobilen Generator vorstellen. ■

Leading flash technology made in Germany by Priolite GmbH: A unique, innovative Light System for the photography of tomorrow: Mobile, flexible, fast, comfortable. LEDs for highly efficient use of energy.Li-ion battery for mobile adaption by reduced weight. Bidirectional radio technology for highest comfort. Power Factor Correction (PFC) for shortest charging time in worldwide power supply systems.

Initial products such as the MB500 and M500 show convincingly the innovative force of the Priolite Company based in Würzburg. An extremely compact studio strobe unit with Li-ion batteries will be presented at the photokina 2010, supplemented by an extremely fast compact unit for worldwide use. Both units are supplemented by a comprehensive line of accessories and are capable of RF remote control. Some of the Bowens and Hensel accessories can also be used.

Priolite's objective is to use state-of-the-art technologies such as LED's and Li-ion batteries to create convenient lighting systems for today's demands in the field of professional photography combined with a unique bidirectional remote control. All this is packed into a sturdy metal housing with precision cast parts to prevent failure even under rough treatment. All equipment is produced in Germany and subject to intensive quality control. This makes it possible to provide a 2-year guarantee on all parts with the exception of the flash tube and modeling light.

Priolite's line of products is being expanded continuously. For this reason a battery-operated mobile generator for extremely short charging times will be introduced in the Spring of 2011. In parallel to this the line of accessories will continue to be supplemented and expanded. Priolite products will be available worldwide soon. Presently the company is establishing a worldwide network of distributors and service stations. ■

Besuchen Sie Priolite auf der photokina: | ***Visit the Priolite booth at photokina:***

Halle 09.1 | Stand B024/B028

www.priolite.com

Die perfekte Scanlösung für Dias und Negative

LaserSoft Imaging® plustek

Plustek OpticFilm 7600i Ai

- Dia- und Negativ-Scanner mit 7.200 x 7.200 dpi
- spezieller Infrarotkanal für optimale Staub- und Kratzerentfernung
- hohe dynamische Dichte von 3,5
- LED-Leuchteinheit für perfekte Scanqualität und lange Lebensdauer
- inkl. IT8-Kalibrierung für ein professionelles Farbmanagement
- unterstützt Multi-Exposure®- und Multi-Sampling®-Funktionen von SilverFast®
- inkl. preisgekrönter Bildbearbeitungssoftware SilverFast Ai IT8 Studio

SilverFast Ai IT8 Studio

- mehrfach ausgezeichnete Software für Profis und Fotoliebhaber
- Multi-Exposure® zur Erweiterung des Dynamikumfanges und zur effektiven Rauschunterdrückung
- Auto-IT8-Kalibrierung für ein automatisches und professionelles Farbmanagement
- iSRD® für eine optimale, infrarotbasierte Staub- und Kratzerentfernung
- auch für Kodachromes geeignet
- Archivierungs-Software SilverFast Archive Suite als preiswertes Upgrade optional erhältlich

Den Plustek OpticFilm 7600i Ai inkl. SilverFast Ai IT8 Studio erhalten Sie unter anderem bei:

ACTEBIS PEACOCK · BECHTLE · DEVIL EDV-DISTRIBUTION · INGRAM MICRO · SYSTEAM · MediaMarkt · SATURN · CONRAD · RINGFOTO Europas größter Fotoverbund

Weitere Informationen und weitere Bezugsquellen unter:

www.silverfast.com/de

www.plustek.de

Besuchen Sie uns auf dem ComLine Messestand in Halle 4.1, Stand D40/E49

Ultimativer Glanz. Maximale Brillanz. Absoluter Detailreichtum: Die neuen Pictorico Inkjet Medien präsentieren eine neue Dimension von Qualität und Vielfalt.

- **Pictorico Pro** kombiniert als weltweit einziges Foto-Inkjetmedium die neue, patentierte »Crystal Coating Technology« mit einer hochweißen, kunstharzbeschichteten Papier- und Filmbasis.
- **Pictorico Pro Black & White** besitzt klassische Silberhalogenid-Eigenschaften. Das kunstharzbeschichtete Premiumpapier wurde speziell für den Schwarzweiß-Druck entwickelt.
- **Pictorico Art** präsentiert verschiedenste Papierqualitäten für den FineArt-Druck. Es ist 100% säurefrei und wird ohne optische Aufheller produziert.

PICTORICO *Paper Excellence made in Japan.*

Messe Angebot: KOMBI-Abonnement*
PHOTO PRESSE
Informiert alle 14 Tage umfassend und kompetent über die professionelle Fotoszene.
digit!
Das Profi-Magazin für digitale Bilder.
Für die vielfältigen Herausforderungen im Job-Alltag.
26x PP und 6x digit! – zusammen für 110,75 Euro im Jahr inkl. 7% MwSt. - frei Haus
1 Fototasche für SLR- Kameras mit Zubehör von Golla Bags im Wert von 49,99 EUR**
BAGS
Teilnahme am Gewinnspiel:
Ausgelost wird ein iPad unter allen Abonnenten, die uns Ihre Email-Adresse unter: messeangebot@digit.de mailen.

Impressum

photokina DAILY

Herausgeber
Infomax21 GmbH
In den Flachten 10
D-53639 Königswinter

Klie Verlagsgesellschaft mbH
Sichelnsteiner Weg 2
D-34346 Hann. Münden

Redaktionsleitung
Dipl.-Ing./Dipl.-Des. Wolfgang Heinen
Dipl.-Sozialwirt Hagen Klie

Redaktionsadresse
Koelnmesse GmbH
Presse Zentrum Ost
Messeplatz 1, 50679 Köln
Tel. +49 221 821-3382

Redaktion
Heiner Henninges [hh]
Peter Schuffelen [ps]
Wolfgang Kubak [wk]
Claudia Könsgen [ck]
Hanni Käfer-Klie (online) [hkk]

Konzept + Gestaltung
Infomax21 GmbH
Klie Verlagsgesellschaft mbH
ad-creation

Übersetzung
Rolf Fricke

Anzeigen
Alexandra Schneider
Tel. +49 178 4103847
aschneider@photopresse.de

Druck
D+L Printpartner GmbH

Auflage 10.000

Erscheinungsweise
Täglich, 21. - 24. September 2010

Rechte
Die Redaktion behält sich die Kürzung und Bearbeitung von Beiträgen vor. Für unverlangt eingesandte Fotos, Manuskripte und Dateien wird keine Haftung übernommen. Das Recht zur Veröffentlichung wird prinzipiell vorausgesetzt. Alle in photokina DAILY veröffentlichten Beiträge und Fotos sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nur mit vorheriger Absprache mit dem Verlag vervielfältigt werden.

photokina DAILY

Publisher
Infomax21 GmbH
In den Flachten 10
D-53639 Königswinter

Klie Verlagsgesellschaft mbH
Sichelnsteiner Weg 2
D-34346 Hann. Münden

Editorial Board
Dipl.-Ing./Dipl.-Des. Wolfgang Heinen
Dipl.-Sozialwirt Hagen Klie

Editorial Adress
Koelnmesse GmbH
Presse Zentrum Ost
Messeplatz 1, 50679 Köln
Tel. +49 221 821-3382

Concept + Design
Heiner Henninges [hh]
Peter Schuffelen [ps]
Wolfgang Kubak [wk]
Claudia Könsgen [ck]
Hanni Käfer-Klie (online) [hkk]

Konzept + Gestaltung
Infomax21 GmbH
Klie Verlagsgesellschaft mbH
ad-creation

Translation
Rolf Fricke

Advertising Management
Alexandra Schneider
Tel. +49 178 4103847
aschneider@photopresse.de

Print
D+L Printpartner GmbH

Circulation *10.000*

Frequency of Publication
daily, september 21st.-24th.

Rights
The editors reserve the right to abbreviate and edit submitted articles. We are not responsible for unsolicited photographs, manuscripts and data files. Our right to publish submitted work is assumed in principle. All articles and photographs published in the photokina Daily are copyrighted and may only be duplicated after prior approval by the publishers.

Farbe erleben.
Ganz einfach.

Drucken, kopieren und scannen in Sekunden – dank einzigartigem Intelligent Touch System. Bei ausgewählten PIXMA-Modellen leuchten berührungsempfindliche Tasten auf und führen so durch das Menü. Das Ergebnis: herausragender Bedienkomfort.
canon.de/pixma

PIXMA

Canon

you can

starting from

7,95 € *

Visit us at

photokina
world of imaging

21.9.–26.9.2010

* RRP for a CEWE PHOTOBOOK SMALL 26 pages including VAT, excluding postage and packing

- Europe's No. 1 photo book
- Outstanding quality
- Simple and easy to create
- Huge range of sizes and covers

My CEWE PHOTOBOOK

Your photos printed as a book!

Save all your treasured memories in a CEWE PHOTOBOOK. Combine your photos with attractive backgrounds, text and personalised page designs. Each book is professionally printed and bound using the very latest technology – from € 7,95.*

EISA AWARD Best Product 2009-2010 PHOTO BOOK CeWe Photobook

cewe
simply beautiful photos

www.cewe-photobook.com